



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA, PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA CPA.**

AUTORAS:

CABEZAS ACHIÑA MARÍA AGUSTA
PONCE SALGADO DIANA SALOMÉ

DIRECTORA:

MSc. ANA ARCINIEGAS

Ibarra, Febrero 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto empresarial que se presenta, pretende ofrecer a los clientes todo el análisis previo y posterior al cumplimiento de los eventos, además de encargarse de la planificación y ejecución en cada uno de los aspectos necesarios para su realización como logística, comercialización, publicidad, comunicación, relaciones públicas, contactos y todo lo necesario para hacer que los eventos que se efectúen sean todo un éxito.

La ciudadanía Cayambeña es por excelencia sociable, gusta de organizar eventos y festejar, sin embargo la mayoría de ellos se ejecutan con el esfuerzo personal y familiar de quien lo realiza debido a que no existe en la ciudad como en otras urbes, empresas que asesoren, planifiquen y organicen estos eventos, lo cual facilitaría el disponer de tiempo para disfrutar a quien lo planifica evitando el estrés y la prisa que el mismo demanda.

La realización de un evento personal, familiar o empresarial no es tarea sencilla primero quien desea realizarlo debe evaluar si es necesario o no hacerlo, ya que sin importar si es para diez, cien o mil personas este lleva una preparación y una logística especial, devengará un presupuesto y sobre todo horas extras de trabajo, que de asesorarse bien habrán valido la pena.

La mayoría de las empresas florícolas efectúan eventos los cuales son organizados por un asesor que le permitirá tener todo en un solo paquete (diseño, planificación y ejecución).

Contratar una empresa para la realización de cualquier evento tiene como ventaja que tomará en cuenta todos los detalles para su ejecución, que por más pequeño que parezca puede marcar la diferencia entre un buen o mal resultado, y que la inversión fijada se vea reflejada en el éxito del evento.

EXECUTIVE SUMMARY

The business project that is presented, aims to offer the clients all the analysis before and after the fulfillment of the events, besides taking care of the planning and execution in each one of the necessary aspects for its realization as logistics, commercialization, publicity, communication, Public relations, contacts and everything necessary to make the events that are carried out are a success.

The Cayambeña citizenship is par excellence sociable, likes to organize events and celebrate, however most of them are executed with the personal and familiar effort of those who do it because it does not exist in the city as in other cities, companies that advise, Plan and organize these events, which would make it easier to have the time to enjoy the planner avoiding the stress and haste that the same demand.

The realization of a personal, family or business event is not an easy task. First, the person who wishes to do it must evaluate whether it is necessary or not, since regardless of whether it is for ten, one hundred or a thousand people, this one has special preparation and logistics. A budget and especially overtime work, which to advise well have been worth.

Most floricultural companies hold events which are organized by a consultant who will allow you to have everything in one package (design, planning and execution). Hiring a company to carry out any event has the advantage that it will take into account all the details for its execution, which, however small it may seem, can make the difference between a good or bad result, and that the fixed investment is reflected in the Success of the event.

AUTORÍA

Nosotras, **MARÍA AGUSTA CABEZAS ACHIÑA**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100362748-4 y **DIANA SALOMÉ PONCE SALGADO**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100445888-9 declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA, PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

María Augusta Cabezas Achiña
C.C.100362748-4

Diana Salomé Ponce Salgado
C.C. 100445888-9

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Directora de Trabajo de Grado presentado por las señoritas MARÍA AGUSTA CABEZAS ACHIÑA y DIANA SALOMÉ PONCE SALGADO, para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría – CPA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA, PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”; considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 12 días del mes de Noviembre de 2016



MSc. ANA ARCINIEGAS
DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, **Cabezas Achiña María Augusta** con cédula de ciudadanía Nro. 100362748-4 y **Ponce Salgado Diana Salomé** con cédula de ciudadanía Nro. 100445888-9 manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA, PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”**, que ha sido desarrollada para optar por el título de INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):.....

Nombre: Cabezas Achiña María Augusta

Cédula: 100362748-4

(Firma):.....

Nombre: Ponce Salgado Diana Salomé

Cédula: 100445888-9

Ibarra, a los 12 días del mes de Noviembre de 2016



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		100362748-4	
APELLIDOS Y NOMBRES:		CABEZAS ACHIÑA MARÍA AGUSTA	
DIRECCIÓN:		CAYAMBE, BARRIO FLORIDA 2 TRANSITO AMAGUAÑA E ISIDRO AYORA	
EMAIL:		magus22-10@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	023480431	TELÉFONO MÓVIL:	0969324206

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		100445888-9	
APELLIDOS Y NOMBRES:		PONCE SALGADO DIANA SALOMÉ	
DIRECCIÓN:		IBARRA, BARRIO LA CANDELARIA CAP. JOSÉ ESPINOZA DE LOS MONTEROS Y QUIS-QUIS	
EMAIL:		diansaloponce@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:	062955148	TELÉFONO MÓVIL:	0981347059

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA, PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”.
AUTOR (AS):	CABEZAS ACHIÑA MARÍA AGUSTA PONCE SALGADO DIANA SALOMÉ
FECHA: AAAAMMDD	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. ANA ARCIEGAS

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Cabezas Achiña María Augusta con cédula de ciudadanía Nro. 100362748-4 y Ponce Salgado Diana Salomé con cédula de ciudadanía Nro. 100445888-9, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la

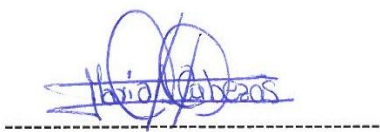
Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

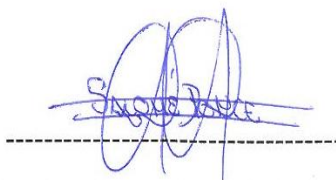
Ibarra, a los 23 días del mes de julio de 2016

LAS AUTORAS



Nombre: Cabezas Achiña María Augusta

Cédula: 100362748-4



Nombre: Ponce Salgado Diana Salomé

Cédula: 100445888-9

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Todo el esfuerzo que implicó la realización de este proyecto lo dedico a Dios quien me dio la vida, la fortaleza y la sabiduría para vencer las dificultades y aprovechar las oportunidades que como estudiantes se debe afrontar.

De manera especial a mis padres por estar siempre a mi lado apoyándome en todo momento, con sacrificio y amor, por permitirme seguir una carrera profesional y sobre todo por ser una guía constante, y enseñarme valores y principios que son indispensables en cada ser humano.

A la Universidad Técnica del Norte y mis maestros excelentes profesionales que supieron compartir sus conocimientos y experiencias para mi formación profesional.

María Augusta Cabezas

DEDICATORIA

Con todo mi cariño y amor a mi madre que hace todo en la vida para que yo pueda lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba.

A mi hermana por ser mi motor para seguir adelante y querer esforzarme cada día más, gracias por todo el apoyo que me brindaron para cumplir mi sueño.

A mis familiares y amigos por su apoyo incondicional para ayudarme a cumplir mi meta Gracias a todos

Salomé Ponce

AGRADECIMIENTO

A Dios, por habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera y brindarnos la fuerza necesaria para poder lograr uno de los más grandes propósitos en nuestra vida profesional.

A nuestros compañeros y amigos, gracias por toda su ayuda y por haber participado en la preparación de este proyecto, por su apoyo incondicional.

A la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y a todos sus docentes, quienes con su profesionalismo y ética impartidas en las aulas, enrumban a cada una de las personas que los conocimos, logrando que con los conocimientos adquiridos, seamos profesionales útiles a la sociedad.

A la Ingeniera Ana Arciniegas, quien con su experiencia y conocimientos, ha sido la guía idónea, durante el proceso que ha llevado el realizar esta tesis.
A todos ustedes, nuestros sinceros agradecimientos.

Las autoras

PRESENTACIÓN

El presente proyecto está encaminado a estudiar la factibilidad para la creación de una microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales en el Cantón Cayambe provincia Pichincha. Esta microempresa generará nuevas fuentes de empleo con el fin de mejorar la calidad de vida de los pobladores.

En primera instancia se desarrolla el diagnóstico situacional, que tiene la finalidad de caracterizar el área de influencia del proyecto en la creación de la microempresa, en aspectos tales como: antecedentes históricos, aspectos geográficos, caracterización demográfica, situación socio económica.

El marco teórico hace referencia a las bases teóricas y científicas, a través de una investigación bibliográfica para obtener conceptos y teorías del tema de trabajo que sustentan la investigación, se conceptualizarán parámetros relacionados a la operación administrativa y financiera de la empresa.

El estudio de mercado permite conocer la realidad del mercado, mediante un análisis de la oferta y demanda para determinar la cantidad de personas que van a demandar, definiendo características del servicio, estrategias de precios y comercialización en base a los resultados de la encuesta que se realizó a la población económicamente activa del Cantón Cayambe.

El estudio técnico en base a la información que se obtiene del estudio de mercado comprende la macro y micro localización del proyecto, la ubicación de la microempresa, diseño y distribución de las instalaciones, capacidad instalada y flujo gramas de proceso, definiendo inversiones para el funcionamiento de la misma en base a la información que se obtiene en el estudio de mercado.

La evaluación financiera y económica, se encuentra detallada en el capítulo quinto, en el cual se registran todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la microempresa como son activos fijos, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos, costos y gastos y el respectivo análisis financiero para determinar la viabilidad del proyecto, además se analizará la ventaja económica que brindará el proyecto.

Posteriormente se diseña la estructura organizacional y funcional que tendrá la microempresa con aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, principios y valores, objetivos, estrategias, políticas, organigrama estructural, organigrama funcional en base a los requerimientos de la microempresa.

Además se analiza los principales impactos que generará la creación de este proyecto en el ámbito, económico, social y empresarial a través de la observación del entorno donde se localizará la empresa.

Finalmente se determinará las conclusiones y recomendaciones, establecidas durante la investigación de la propuesta.

JUSTIFICACIÓN

La organización de los eventos sociales a medida que pasa el tiempo ha ido evolucionando no sólo en el Cantón Cayambe sino que en todo el mundo, es por ello que cada vez se toma en cuenta más detalles para que el desarrollo del evento sea exitoso.

Todas las personas en un determinado momento de su vida realizan un evento, dando a conocer algún acontecimiento importante, el cual se desea que sea inolvidable, para lo cual se hace necesario la asesoría de un experto y delegando la responsabilidad a terceros.

En la actualidad la organización de los eventos es más minuciosa, de ahí nace la idea de crear una empresa dedicada a prestar el servicio de asesoría, planificación y organización de eventos sociales tales como: matrimonios, cumpleaños, bautizos, quince años, grados, confirmaciones, entre otros.

El propósito del proyecto es ofrecer un servicio innovador y de calidad, que permita satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de nuestros posibles clientes, optimizando sus recursos y así creando nuevas expectativas en lo referente a la planificación y desarrollo de los eventos sociales.

Además, este proyecto es de gran importancia para el Cantón Cayambe, ya que no únicamente se pretende beneficiar a los dueños del proyecto, sino que también a través de la ejecución de este se requiere generar nuevas fuentes de trabajo tratando de mejorar el bienestar económico de los pobladores del Cantón.

El presente proyecto estará sujeto a leyes, reglamentos y disposiciones preestablecidas en el Ecuador para que la implementación y desarrollo de la microempresa se ejecute favorablemente, cumpliendo de esta manera los objetivos planteados.

En el aspecto ambiental el estudio realizado determina que si existirá un impacto ambiental negativo, el mismo que se tratará de mitigar con el fin de no afectar la calidad de vida de la sociedad.

El presente estudio contribuirá con el desarrollo académico siendo una guía para la investigación de proyectos e incentivando a los estudiantes a desarrollar nuevos emprendimientos.

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador al Noreste de la Provincia de Pichincha, se encuentra ubicado el cantón Cayambe siendo uno de los principales, ya que por esta zona atraviesa la línea Ecuatorial o Imaginaria. Cayambe es la cabecera cantonal, lugar donde se agrupa gran parte de su población total.

El cantón Cayambe es productor agrícola de flores siendo su principal actividad, es por ello que se ha convertido en el sitio donde se producen las flores más bellas y variadas del mundo, además se fabrican diferentes productos lácteos y carnes. A nivel culinario son famosos por los bizcochos, hechos de harina de trigo, que se sirven con chocolate caliente y queso de hoja.

“Uno de los atractivos más importantes es el nevado Cayambe que es la tercera elevación más alta del país (5.790 m.s.n.m), cuyo nombre significa gran montaña de los muchachos, visitado durante todo el año por miles de turistas nacionales y extranjero”.
(Moreno, 2015 - 2025)

El problema que radica en este cantón es que los habitantes están sufriendo un cambio de cultura por lo cual la organización de los eventos sociales es más minuciosa, es decir que requiere de disponibilidad de dinero, tiempo y dedicación desde la planificación hasta la ejecución del mismo, considerando además una serie de detalles y actividades para que este tenga éxito, de ahí nace la idea de crear una microempresa dedicada a prestar el servicio de asesoría, planificación y organización de eventos sociales tales como matrimonios, cumpleaños, bautizos, quince años, grados, confirmaciones, reuniones familiares entre otros.

El cantón Cayambe no cuenta con este tipo de empresas es por ello que se detectó una oportunidad de negocio ya que siempre es necesario contar con el apoyo o la opinión de un especialista que guíe y supervise el evento.

OBJETIVOS:

Objetivo General:

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la prestación del servicio de asesoría, planificación y organización de eventos sociales en el Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha, a través del uso de técnicas de investigación con la finalidad de determinar si el proyecto es rentable.

Objetivos Específicos:

- Elaborar el diagnóstico situacional del Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha mediante el uso de técnicas de observación e investigación, para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto.

- Definir las bases teóricas – científicas que sustenten la realización del proyecto a través de una investigación bibliográfica y linkográfica.
- Realizar el estudio de mercado, mediante la identificación y análisis de la oferta, demanda, precio, plaza, promoción y publicidad con el propósito de determinar la demanda insatisfecha y las características del servicio.
- Elaborar un estudio técnico a través de la utilización de métodos de proyecciones financieras que permitan determinar el tamaño del proyecto, la macro y micro localización, la infraestructura y el talento humano necesarios para la buena implementación del proyecto.
- Realizar un estudio económico – financiero aplicando técnicas que permitan determinar si el proyecto es factible.
- Diseñar una propuesta de estructura administrativa para la constitución de la microempresa por medio de un organigrama, planteamiento de la misión, visión, principios, valores y aspectos legales con el propósito de garantizar el buen funcionamiento de la misma.
- Determinar los posibles impactos en el ámbito social, económico, tecnológico y empresarial, mediante una matriz de impactos con la finalidad de mitigar los efectos negativos y potencializar los posibles efectos positivos que pudieran generarse en la ejecución del proyecto.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	x
DEDICATORIA	xi
AGRADECIMIENTO.....	xii
PRESENTACIÓN	xiii
JUSTIFICACIÓN.....	xv
INTRODUCCIÓN	xvi
OBJETIVOS:.....	xvii
Objetivo General:	xvii
Objetivos Específicos:	xvii
CAPÍTULO I	39
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	39
1.1 Antecedentes	39
1.2 Objetivos del Diagnóstico.....	41
1.2.1 General	41
1.2.2 Específicos	41
1.3 Variables Diagnósticas	41

1.4 Indicadores del Diagnóstico.....	42
1.5 Matriz de Relación Diagnóstica.....	43
1.5 Análisis de las variables diagnósticas	44
1.5.1 Situación geográfica	44
1.5.2 Situación demográfica.....	46
1.5.3 Situación económica	48
1.5.4 Situación socio – cultural	52
1.5.5 Aspectos Políticos.....	57
1.6 Matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos).....	59
1.8 Cruces estratégicos	61
1.8.1 Aliados – Riesgos	61
1.8.2 Aliados – Oponentes	61
1.8.3 Oportunidades – Oponentes	62
1.8.4 Oportunidades – Riesgos	62
1.9 Identificación de oportunidad de inversión	63
CAPÍTULO II.....	64
MARCO TEÓRICO.....	64
2.1 OBJETIVO	64
2.2 MÉTODO A UTILIZAR	64
2.3 ASPECTOS ESPECÍFICOS DEL SERVICIO	64
2.3.1 Microempresa	64
2.3.2 Servicio	65
2.3.3 Organización de servicios	66
2.3.4 Calidad en el servicio.....	66
2.3.5 Evento.	67

2.3.6 Mercado de los eventos.....	68
2.4 ASPECTOS DEL MERCADO.....	68
2.4.1 Mercado.....	68
2.4.2 Estudio de Mercado.....	69
2.4.3 Población	70
2.4.4 Tamaño de la Muestra	71
2.4.5 Oferta.....	72
2.4.6 Demanda.....	72
2.4.7 Producto	73
2.4.8 Precio.....	74
2.4.9 Plaza.....	75
2.4.10 Promoción	76
2.5 ASPECTOS CONTABLES	77
2.5.1 Contabilidad.....	77
2.5.2 Activo... ..	77
2.5.3 Pasivo.. ..	78
2.5.4 Patrimonio.....	79
2.5.5 Depreciación.....	80
2.5.6 Amortización.....	81
2.5.7 Ingresos.....	81
2.5.8 Egresos o Gastos	82
2.5.9 Costo fijo.....	83
2.5.10 Costo Variable	83
2.5.11 Gasto administrativo	85
2.5.12 Gasto de venta	85

2.5.13 Gasto financiero.....	86
2.6 ESTADOS FINANCIEROS	87
2.6.1 Estado de Situación Financiera	87
2.6.2 Estado de Resultados.....	88
2.6.3 Estado de flujos de efectivo.....	88
2.7 EVALUADORES FINANCIEROS	89
2.7.1 Valor actual neto.....	89
2.7.2 Tasa interna de rendimiento.....	90
2.7.3 Relación Beneficio-costo	90
2.7.4 Periodo de Recuperación	91
2.7.5 Punto de Equilibrio	91
2.8 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y FUNCIONALES	92
2.8.1 Visión....	92
2.8.2 Misión..	93
2.8.3 Principios.....	93
2.8.4 Valores	94
2.8.5 Estructura orgánica.....	94
2.8.6 Organigrama	95
2.8.7 Impactos	95
CAPÍTULO III	97
3 ESTUDIO DE MERCADO	97
3.1 Presentación	97
3.2 Objetivos.....	98
3.2.1 Objetivo General	98
3.2.2 Objetivos Específicos.....	98

3.2.3 Variables.....	98
3.2.4 Indicadores	99
3.3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	100
3.4 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.....	101
3.4.1 Características	101
3.4.2 Ventajas	101
3.5 Segmentación del mercado	102
3.5.1 Variables del mercado.....	104
3.5.2 Mercado meta	105
3.6 Cálculo de la muestra	106
3.7 Técnicas e instrumentos	106
3.7.1 Encuesta.....	107
3.7.2 Entrevista	107
3.8 Tabulación y análisis de la información	108
3.8.1 Resultado de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Cayambe, provincia de Pichincha.	108
3.9 Demanda.....	125
3.9.1 Proyección de la demanda	127
3.10 Oferta.....	128
3.10.1 Resultados de la entrevista	128
3.10.2 Oferta actual	129
3.10.3 Proyección de la oferta	130
3.11 Balance Oferta – Demanda.....	130
3.12 Fijación de Precios.....	131
3.13 Sensibilidad de la investigación	132

3.13.1 Servicio	132
3.13.2 Promoción	133
3.13.3 Plaza.....	134
3.13.4 Publicidad.....	134
3.13.5 Precio.....	135
3.14 CONCLUSIÓN	136
CAPÍTULO IV.....	137
ESTUDIO TÉCNICO	137
4.1 Presentación	137
4.2 OBJETIVOS	137
4.2.1 Objetivo General	137
4.2.2 Objetivos Específicos.....	137
4.3 Localización del proyecto.....	138
4.3.1 Macro localización.....	138
4.3.2 Micro localización.....	139
4.4 Ingeniería del proyecto.....	140
4.5 Tamaño del proyecto	142
4.5.1 Disponibilidad de Materiales e Insumos.....	142
4.5.2 Disponibilidad de Mano de Obra	143
4.5.3 Disponibilidad de Financiamiento	143
4.6 Capacidad instalada	144
4.7 Diseño de procesos	146
4.7.1 Simbología	146
4.7.2 Flujo grama del proceso de contratación del servicio.....	147
4.7.3 Flujo grama de la ejecución del servicio.....	148

4.8 Requerimiento de maquinaria y equipo	149
4.9 Inversiones en Propiedad, planta y equipo	149
4.10 Resumen de Propiedad, planta y equipo.	152
4.11 Costo de operación	153
4.11.1 Insumos.....	153
4.11.2 Alimentación	154
4.11.3 Servicios Adicionales	155
4.11.4 Costo de mano de obra directa.....	155
4.12 Costos Indirectos de Fabricación	157
4.12.1 Depreciaciones de Propiedad, planta y equipo	157
4.12.2 Mano de Obra Indirecta	158
4.13 Gastos de Administración	158
4.13.1 Suministros Administrativos	159
4.13.2 Remuneraciones al personal administrativo	159
4.13.3 Servicios básicos administrativos	160
4.13.4 Arriendo	160
4.13.5 Servicios Profesionales	160
4.14 Gastos de Venta	161
4.14.1 Gastos de Publicidad	161
4.15 Gastos de Constitución.....	161
4.16 Capital de Trabajo	162
4.16.1 Inversión total	163
4.16.2 Financiamiento	163
CAPÍTULO V	165
5 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	165

5.1 Presentación	165
5.2 Determinación de Ingresos Proyectados.....	165
5.3 Costo de Operación	166
5.3.1 Insumos.....	167
5.3.2 Alimentación	168
5.3.3 Servicios Adicionales	169
5.4 Costos Indirectos de Fabricación	173
5.4.1 Mano de Obra Indirecta	173
5.5 Gastos Administrativos	174
5.5.1 Suministros de oficina	174
5.5.2 Servicios Básicos	176
5.5.3 Sueldos Administrativos	177
5.5.4 Arriendo	178
5.5.5 Resumen de Gastos Administrativos	178
5.6 Gastos de Ventas.....	179
5.6.1 Propaganda y Publicidad.....	179
5.7 Gastos Financieros.....	180
5.8 Depreciación de Propiedad, planta y equipo.....	181
5.8.1 Tablas de depreciación.....	182
5.8.2 Resumen de depreciaciones	186
5.9 Amortización de Activos Diferidos	187
5.10 Balance de Situación Financiera al año 0	187
5.11 Estado de Resultados.....	189
5.12 Estado de Flujo de Efectivo	190
5.13 Análisis Financiero	191

5.13.1 Costo de Oportunidad	191
5.13.2 Tasa de Rendimiento Medio	191
5.13.3 Valor Actual Neto	192
5.13.4 Tasa Interna de Retorno	193
5.13.5 Relación Costo Beneficio.....	194
5.13.6 Tasa de Rendimiento Beneficio – Costo.	195
5.13.7 Margen de Contribución.....	195
5.13.8 Punto de Equilibrio Operativo en Personas.....	196
5.13.9 Periodo de Recuperación con valores corrientes	196
5.14 Sensibilidad del Proyecto	199
5.15 Conclusión	203
CAPÍTULO VI.....	204
6 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	204
6.1 Presentación	204
6.2 Aspectos estratégicos	204
6.2.1 Objetivo	204
6.2.2 Empresa.....	204
6.2.3 Nombre o Razón Social	205
6.2.4 Logotipo Empresarial	205
6.2.5 Slogan Empresarial	205
6.3 Filosofía empresarial	206
6.3.1 Misión... ..	206
6.3.2 Visión... ..	206
6.4 Objetivos.....	206
6.4.1 Objetivo General	206

6.4.2 Objetivos Específicos	206
6.4.3 Valores y Principios	207
6.4.4 Políticas de la empresa	209
6.5 Estructura Organizacional	211
6.5.1 Organigrama Estructural	212
6.5.2 Estructura Funcional	212
6.6 Aspecto Legal	227
6.6.1 Registro Único de Contribuyentes (RUC)	227
6.6.2 Patente Municipal.....	228
6.6.3 Permiso de los bomberos.....	228
6.6.4 Permiso de Intendencia	229
CAPÍTULO VII	230
7 ANÁLISIS DE IMPACTOS	230
7.1 Presentación	230
7.2 Impacto económico	231
7.3 Impacto Social.....	232
7.4 Impacto Empresarial.....	233
7.5 Impacto Ambiental	235
7.6 Impacto Educativo.....	237
7.7 RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS	238
CONCLUSIONES	240
RECOMENDACIONES	241
BIBLIOGRAFÍA	243
ANEXOS	247

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Indicadores del Diagnóstico	42
Tabla N° 2 Matriz de Relación Diagnóstica	43
Tabla N° 3 Población Actual	46
Tabla N° 4 Actividades Productivas	47
Tabla N° 5 Población por Género	48
Tabla N° 6 Población Urbana y Rural.....	48
Tabla N° 7 Agricultura del Cantón.....	50
Tabla N° 8 Matriz AOOR.....	59
Tabla N° 9 Indicadores	99
Tabla N° 10 Matriz de Relación Diagnóstica	100
Tabla N° 11 Proyección de la población económicamente activa	102
Tabla N° 12 Mercado Meta	105
Tabla N° 13 Identificación de la microempresa.....	108
Tabla N° 14 Asistencia a eventos sociales.....	109
Tabla N° 15 Competencia	110
Tabla N° 16 Motivo para no realizar un evento social.....	111
Tabla N° 17 Servicio Innovador.....	112
Tabla N° 18 Contratación del Servicio	113
Tabla N° 19 Paquete de servicios	114

Tabla N° 20 Servicios de eventos sociales en el Cantón	116
Tabla N° 21 Organización de eventos sociales	117
Tabla N° 22 Frecuencia de eventos sociales	118
Tabla N° 23 Número de personas.....	119
Tabla N° 24 Lugar de realización del evento	120
Tabla N° 25 Servicios complementarios	121
Tabla N° 26 Cantidad de dinero.....	122
Tabla N° 27 Características del servicio.....	123
Tabla N° 28 Medios de comunicación.....	124
Tabla N° 29 Contratación del servicio.....	125
Tabla N° 30 Preferencia de los paquetes	127
Tabla N° 31 Demanda actual.....	128
Tabla N° 32 Proyección de la demanda	128
Tabla N° 33 Volumen de contratos	129
Tabla N° 34 Oferta actual.....	129
Tabla N° 35 Oferta proyectada	130
Tabla N° 36 Demanda potencial.....	131
Tabla N° 37 Cantidad de dinero.....	135
Tabla N° 38 Precio	136
Tabla N° 39 Proveedores.....	142

Tabla N° 40 Paquete de servicios	144
Tabla N° 41 Capacidad instalada.....	145
Tabla N° 42 Distribución de la planta	149
Tabla N° 43 Maquinaria y equipo.....	150
Tabla N° 44 Muebles y enseres.....	150
Tabla N° 45 Equipo de computación	151
Tabla N° 46 Equipo de oficina.....	151
Tabla N° 47 Equipo de seguridad	151
Tabla N° 48 Otros activos	152
Tabla N° 49 Vehículo.....	152
Tabla N° 50 Resumen de Propiedad, planta y equipo.....	152
Tabla N° 51 Insumos	153
Tabla N° 52 Cantidad Mensual de personas.....	154
Tabla N° 53 Alimentación.....	154
Tabla N° 54 Servicios Adicionales.....	155
Tabla N° 55 Códigos sectoriales	156
Tabla N° 56 Mano de obra directa.....	156
Tabla N° 57 Depreciaciones	158
Tabla N° 58 Mano de Obra Indirecta.....	158
Tabla N° 59 Suministros administrativos.....	159

Tabla N° 60 Personal administrativo.....	159
Tabla N° 61 Servicios básicos administrativos	160
Tabla N° 62 Arriendo	160
Tabla N° 63 Servicios profesionales	160
Tabla N° 64 Publicidad radial	161
Tabla N° 65 Publicidad	161
Tabla N° 66 Gastos de constitución	161
Tabla N° 67 Capital de trabajo	162
Tabla N° 68 Inversión total.....	163
Tabla N° 69 Financiamiento	164
Tabla N° 70 Ingresos primer año	166
Tabla N° 71 Proyección de ingresos.....	166
Tabla N° 72 Insumos	167
Tabla N° 73 Proyección de insumos.....	167
Tabla N° 74 Alimentación.....	168
Tabla N° 75 Proyección de alimentación.....	169
Tabla N° 76 Servicios Adicionales.....	169
Tabla N° 77 Proyección Servicios Adicionales.....	170
Tabla N° 78 Códigos sectoriales	171
Tabla N° 79 Cálculo de mano de obra directa	171

Tabla N° 80 Mano de obra directa primer año	172
Tabla N° 81 Proyección de mano de obra directa	172
Tabla N° 82 Mano de obra indirecta primer año	173
Tabla N° 83 Proyección de mano de obra indirecta	174
Tabla N° 84 Suministros de oficina.....	174
Tabla N° 85 Proyección de suministros administrativos	175
Tabla N° 86 Servicios básicos primer año	176
Tabla N° 87 Proyección servicios básicos	176
Tabla N° 88 Sueldos administrativos primer año.....	177
Tabla N° 89 Proyección sueldos administrativos.....	177
Tabla N° 90 Arriendo primer año.....	178
Tabla N° 91 Proyección arriendo.....	178
Tabla N° 92 Resumen de gastos administrativos.....	179
Tabla N° 93 Propaganda y publicidad primer año	179
Tabla N° 94 Proyección propaganda y publicidad	180
Tabla N° 95 Tabla de amortización Año 1	180
Tabla N° 96 Tabla resumen de capital e intereses.....	181
Tabla N° 97 Depreciación de Propiedad, planta y equipo	182
Tabla N° 98 Depreciación maquinaria y equipo.....	182
Tabla N° 99 Depreciación muebles y enseres.....	183

Tabla N° 100 Depreciación Vehículo	183
Tabla N° 101 Depreciación equipo de computación.....	184
Tabla N° 102 Depreciación equipo de computación cuarto año	184
Tabla N° 103 Depreciación equipo de computación séptimo año	185
Tabla N° 104 Depreciación equipo de computación décimo año	185
Tabla N° 105 Resumen de depreciaciones.....	186
Tabla N° 106 Amortización de activos diferidos	187
Tabla N° 107 Balance de situación financiera al año 0	188
Tabla N° 108 Estado de resultados	189
Tabla N° 109 Estado de flujo de efectivo.....	190
Tabla N° 110 Costo de oportunidad.....	191
Tabla N° 111 Tasa de rendimiento medio	191
Tabla N° 112 Valor actual neto	192
Tabla N° 113 Tasa interna de retorno	193
Tabla N° 114 Cálculo de la tasa interna de retorno	193
Tabla N° 115 Costo / Beneficio.....	194
Tabla N° 116 Periodo de recuperación con valores corrientes.....	196
Tabla N° 117 Cálculos Periodo de Recuperación	197
Tabla N° 118 Periodo de recuperación con valores reales.....	197
Tabla N° 119 Periodo de recuperación con valores reales.....	197

Tabla N° 120 Resumen indicadores financieros	198
Tabla N° 121 Sensibilidad del Proyecto.....	199
Tabla N° 122 Plan de Contingencia	201
Tabla N° 123 Parámetros de medición de impactos.....	230
Tabla N° 124 Matriz de impacto económico	231
Tabla N° 125 Matriz de impacto social.....	232
Tabla N° 126 Matriz de impacto empresarial.....	234
Tabla N° 127 Matriz de impacto ambiental	235
Tabla N° 128 Matriz de impacto ambiental	237
Tabla N° 129 Matriz de resumen de impactos	238

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Indicadores de Educación	54
Gráfico N° 2 Servicio	65
Gráfico N° 3 Calidad del Servicio	66
Gráfico N° 4 Evento.....	67
Gráfico N° 5 Mercado	68
Gráfico N° 6 Estudio de Mercado	69
Gráfico N° 7 Población.....	70
Gráfico N° 8 Tamaño de la muestra	71
Gráfico N° 9 Oferta	72
Gráfico N° 10 Demanda	73
Gráfico N° 11 Producto.....	74
Gráfico N° 12 Precio.....	75
Gráfico N° 13 Plaza	76
Gráfico N° 14 Activos	78
Gráfico N° 15 Pasivos	79
Gráfico N° 16 Patrimonio	80
Gráfico N° 17 Depreciación	81
Gráfico N° 18 Ingresos	82

Gráfico N° 19 Egresos o Gastos.....	83
Gráfico N° 20 Costo Variable.....	84
Gráfico N° 21 Gasto Administrativo.....	85
Gráfico N° 22 Gastos de Venta.....	86
Gráfico N° 23 Estado de Flujo de Efectivo.....	89
Gráfico N° 24 Punto de Equilibrio.....	92
Gráfico N° 25 Impactos.....	96
Gráfico N° 26 Población Económicamente activa por grupos de edad	103
Gráfico N° 27 Identificación de la Microempresa	108
Gráfico N° 28 Asistencia a eventos sociales.....	109
Gráfico N° 29 Competencia	110
Gráfico N° 30 Motivo para no realizar un evento social.....	111
Gráfico N° 31 Servicio Innovador	112
Gráfico N° 32 Contratación del Servicio	113
Gráfico N° 33 Paquete de servicios	115
Gráfico N° 34 Servicios de eventos en el Cantón	116
Gráfico N° 35 Organización de eventos sociales.....	117
Gráfico N° 36 Frecuencia de eventos sociales	118
Gráfico N° 37 Número de personas	119
Gráfico N° 38 Lugar de realización del evento	120

Gráfico N° 39 Servicios complementarios	121
Gráfico N° 40 Cantidad de dinero	122
Gráfico N° 41 Características del servicio.....	123
Gráfico N° 42 Medios de comunicación.....	124
Gráfico N° 43 Macrolocalización	139
Gráfico N° 44 Micro localización	140
Gráfico N° 45 Distribución de la planta 2D	141
Gráfico N° 46 Distribución de la planta 3D	141
Gráfico N° 47 Logotipo empresarial	205
Gráfico N° 48 Filosofía Empresarial.....	211
Gráfico N° 49 Organigrama estructural	212
Gráfico N° 50 Requisitos Legales.....	229

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

“Remontándose a la Grecia clásica, por partir de una sociedad medianamente organizada, donde la vida social se regía por el ocio, el tiempo libre para disfrutar de la cultura, la religión para complacer al Olimpo y el deporte como canal donde se incluye todo lo antes mencionado. Más o menos como nosotros ahora, donde el ocio aliviana nuestras estresadas vidas, la cultura las nutre, la religión y el deporte se los festeja.

El origen real del concepto evento nos lleva a Tiro, ciudad fenicia del Mediterráneo en la que Britania, ya en la época de los romanos, decidió que la usaría de trampolín para que el mundo la conociera poniendo por bandera su potencial comercial y su conquista de nuevos mercado.

Un evento social permite tener un momento de distracción, disfrutar de compañías y reencuentros, le permite al ser humano conocer otros sectores profesionales que le pueden complementar. En la actualidad tal es su importancia que es representado como factor de supervivencia de la sociedad.

A lo largo de la historia se han ido acoplando a modas y modos. De las olimpiadas griegas, a las bacanales romanas pasando por las romerías o las fiestas de los pueblos.

Desde entonces hasta ahora, se ha presenciado la evolución de todos esos acontecimientos a los que hoy llamamos eventos, aunque el objetivo final de la mayoría no ha cambiado mucho, sí que se conciben de forma distinta”. (Factoría de ideas, 2015)

“El Cantón Cayambe se encuentra al noroeste de la Provincia de Pichincha, el cual ha transcurrido por varios procesos para poder convertirse de parroquia a cabecera cantonal, durante la División Territorial de Junio 25 de 1024. El 20 de Octubre de 1855, pertenecía a la Provincia de Imbabura, el 23 de Julio de 1883 es vinculada como Parroquia a la ciudad de Quito. En el año de 1897, Pichincha es conformada por tres cantones Quito, Cayambe y Mejía, al pasar del tiempo se anexa a Cayambe las Parroquias de: El Quinche, Guayllabamba, Otón, Cangahua, Malchinguí, Tocachi, Tabacundo y Olmedo, en el año 1934 y 1946 existen nuevos cambios territoriales, separando las parroquias El Quinche y Guayllabamba respectivamente”. (Chicaiza, 2015)

“En la actualidad el Cantón Cayambe está conformado por ocho parroquias, dos urbanas las cuales son: Cayambe y Juan Montalvo y seis rurales: Cangahua, Cusubamba, Otón, Ascázubi Olmedo y Ayora”. (Moreno, 2015 - 2025)

Cayambe es un Cantón que tiene gran riqueza cultural, esto se debe a que hasta la actualidad tiene la tradición de realizar los bailes de San Juan y San Pedro, además celebran el Inti Raymi que es la época de la cosecha, la cuál es la fiesta de dar las gracias al sol y a la tierra por todos sus sembríos. Estas celebraciones dan a conocer al Cantón ya que en éstas épocas reciben la visita de personas de diferentes ciudades e incluso de otros países.

El Cantón también cuenta con una gran diversidad de riqueza natural, tierras cultivables, páramos, bosques nativos y exóticos, ríos, lagunas y minas. Las actividades a la cual la mayoría de los pobladores se dedican es a la crianza de ovejas y ganado, a la siembra de maíz, trigo, cebada, papas, quinua, habas, fréjol, melloco, oca, lenteja, arveja, cebolla, zapallos, chochos, hortalizas, frutas y la comercialización artesanal de bordados y tejidos.

La laguna de San Marcos pertenece al Cantón Cayambe, esta área es adecuada para las personas que les guste realizar excursiones, cabalgatas, campamentos, ciclismo de ruta y de montaña, caminatas y camping. También se pueden encontrar con la Reserva Ecológica Cayambe – Coca, es un área natural protegida siendo un lugar de recreación, la misma que genera información científica para la protección de los recursos sostenibles del país.

1.2 Objetivos del Diagnóstico

1.2.1 General

Elaborar el diagnóstico situacional del cantón Cayambe, Provincia de Pichincha mediante el uso de técnicas de observación e investigación, para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto.

1.2.2 Específicos

- Realizar el análisis de la situación geográfica del Cantón Cayambe.
- Determinar los aspectos demográficos del Cantón Cayambe.
- Analizar los aspectos económicos del Cantón Cayambe.
- Analizar la evolución socio – cultural de la población del Cantón Cayambe.
- Realizar el estudio de los aspectos políticos que pueden influenciar en el proyecto.

1.3 Variables Diagnósticas

Son aquellas propiedades, factores o características que puede adoptar distintos valores, calidad y dimensión, permite determinar aspectos relevantes dentro de la población estudiada.

Para el presente proyecto se ha estimado de gran importancia el estudio de las siguientes variables:

1.3.1 Situación geográfica

1.3.2 Situación demográfica

1.3.3 Situación económica

1.3.4 Situación socio – cultural

1.3.5 Aspectos Políticos

1.4 Indicadores del Diagnóstico

Los indicadores son instrumentos de medida los cuales se usan para describir y comprender el funcionamiento de una actividad en concreto, ya que miden aspectos específicos y detectan necesidades de mejoras.

Se ha determinado de gran utilidad del estudio de los siguientes indicadores:

Tabla N° 1 Indicadores del Diagnóstico

VARIABLES				
Situación Geográfica	Situación Demográficas	Situación económica	Situación Socio Cultural	Aspectos Políticos
INDICADORES				
Ubicación. Geográfica. Superficie. Altitud. Relieve. Clima.	Población actual. Población económicamente activa. Población urbana y rural.	Economía. Agricultura. Industrialización. Servicios.	Salud. Educación. Cultura y Costumbres. Principales manifestaciones culturales. Gastronomía típica.	Organización política del cantón. Apoyo a la producción y comercialización de bienes y servicios. Desarrollo socio – económico.

Fuente: Formulación de Variables e Indicadores

Elaborado por: Las Autoras

1.5 Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla N° 2 Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Realizar el análisis de la situación geográfica del cantón Cayambe.	Situación Geográfica	Ubicación Geográfica Superficie Altitud Relieve Clima	Información bibliográfica Internet	Secundaria
Determinar los aspectos demográficos del cantón Cayambe.	Situación demográfica	Población actual Población económicamente activa Población urbana y rural	Información bibliográfica Internet INEC	Secundaria
Analizar aspectos económicos del Cantón Cayambe.	Situación económica	Economía Agricultura Industrialización Servicios	Información estadística INEC	Secundaria
Analizar la evolución socio – cultural de la población del cantón Cayambe.	Situación socio – cultural	Salud Educación Cultura y Costumbres Principales manifestaciones culturales Gastronomía típica Organización política del cantón	Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Plurinacional de Cayambe Información bibliográfica	Secundaria
Realizar el estudio de los aspectos políticos que pueden influenciar en el proyecto.	Aspectos Políticos	Apoyo a la producción y comercialización de bienes y servicios Desarrollo socio-económico	Investigación Documental	Secundaria

Fuente: Formulación de Objetivos, Variables e Indicadores

Elaborado por: Las Autoras

1.5 Análisis de las variables diagnósticas

1.5.1 Situación geográfica

- **Ubicación geográfica**

“El Cantón Cayambe está ubicado en los Andes, al norte del Ecuador, al noreste de la Provincia de Pichincha, al pie del nevado que lleva su nombre; su cabecera cantonal tiene su mismo nombre. Se encuentra en una zona privilegiada ya que por aquí atraviesa la línea Ecuatorial. Los límites del Cantón son al norte con la provincia de Imbabura, al sur con el Distrito Metropolitano de Quito, al este con la provincia de Napo y Sucumbíos y al oeste con el cantón Pedro Moncayo”. (Moreno, 2015 - 2025)

- **Superficie**

“El Cantón Cayambe se encuentra ubicado al noroeste de la Provincia de Pichincha, siendo uno de los ocho cantones de la misma. Posee una superficie de 1182 km^2 ”. (Moreno, 2015 - 2025) Se localiza en las faldas del majestuoso nevado Cayambe, pasando por la cordillera de los Andes y desciende a las espectaculares lagunas como la de San Marcos y Angascocha, donde se puede apreciar asombrosos senderos que le conducen a la Reserva Ecológica Cayambe – Coca, la misma que ofrece una gran diversidad de flora y fauna silvestre, cuenta con cascadas, vertientes de aguas termales y minerales, fortalezas pre incas como la impresionante Quitoloma y las Ruinas de Cochasquí.

- **Altitud**

“El Cantón Cayambe cuenta con una altitud media de 3895 m.s.n.m, máxima de 5790 m.s.n.m y mínima de 2000 m.s.n.m, permitiendo una variedad de climas, templado, semifrío y frío, con una humedad aproximada a 80%, lo cual permite que la floricultura sea uno de los factores económicos que ha sustentado al Cantón ya que produce las rosas más bellas debido a que se encuentra en la mitad del mundo y el sol incandescente derrama los rayos perpendiculares”. (Moreno, 2015 - 2025)

- **Relieve**

En el Cantón Cayambe, la forma del relieve ha evolucionado a medida que pasa el tiempo, los cuáles son causantes del proceso histórico de origen natural y antrópico. Perteneciendo a la formación de la cadena montañosa de los Andes.

El Cantón está situado en la zona interandina y la Cordillera Real del Ecuador, lo que le permite tener una orografía variada.

- **Clima**

“La temperatura más elevada es de 15 a 18°C, mientras que las temperaturas más bajas se registran al Noroeste del Cantón entre 0 y 10°C, esta localización es correspondiente al Parque Nacional Cayambe – Coca donde se encuentra el volcán Cayambe.

El cantón cuenta con una temperatura promedio de 12° C. El clima en las alturas del Cantón Cayambe es frío y hasta glaciario, en el valle existe una temperatura de 8° y 22° C. En las parroquias que se encuentran al sur la temperatura aumenta unos pocos grados debido a que estas zonas se encuentran a menor altura sobre el nivel del mar”. (Moreno, 2015 - 2025)

1.5.2 Situación demográfica

- **Población actual**

Según el censo de Población y Vivienda 2010 el Cantón Cayambe cuenta con una población de 88.840 habitantes.

En el siguiente cuadro se detalla la proyección de crecimiento poblacional del año 2016, según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón, el mismo que refleja un incremento de aproximadamente 1800 personas por año.

Tabla N° 3 Población Actual

AÑOS	POBLACIÓN
2010	88.840
2011	90.709
2012	92.587
2013	94.470
2014	96.356
2015	98.242
2016	100.129

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
Elaborado por: Las Autoras

- **Población económicamente activa**

En el cantón Cayambe la mayoría de la población ocupa el sector primario y terciario realizando actividades de agricultura, producción florícola, actividades agropecuarias. El sector secundario comprende las actividades de construcción e industrias manufactureras y representa el sector que menor población ocupada tiene.

En el sector rural las actividades de mayor importancia son las agro productivas, generando nuevas fuentes de empleo convirtiéndose así en un factor importante para la economía del Cantón.

En el sector urbano la mayoría de la población se dedica al comercio, por ejemplo a la compra y venta de bienes de consumo, así como también a la provisión de servicios.

Tabla N° 4 Actividades Productivas

Principales Actividades	Total	PEA %	Urbano	PEA %	Rural	PEA %
Población ocupada en agricultura, silvicultura, caza y pesca	16662	42,3%	5606	14,2%	11056	28,1%
Población ocupada en comercio al por mayor y menor	4167	10,6%	3116	7,9%	1051	2,7%
Población ocupada en el sector público	2811	7,1%	1985	5,0%	826	2,1%
Población ocupada en Industrias Manufactureras	2703	6,9%	1758	4,5%	945	2,4%
Población ocupada en Construcción	2746	7,0%	683	1,7%	2063	5,2%
Población ocupada en Transporte y almacenamiento	1557	4,0%	1005	2,6%	552	1,4%
Población ocupada en Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1055	2,7%	848	2,2%	207	0,5%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Elaborado por: Las Autoras

- **Población urbana y rural**

En los datos emitidos en el último censo de población realizado en el año 2010, el Cantón Cayambe tiene una población total de 85.795 habitantes, perteneciendo al 51,08%, mujeres y 48,92% son hombres.

En el área rural existe 46.767 de habitantes, representando al 54,51% y 39.028 personas con un porcentaje de 45,49% en el área urbana.

Tabla N° 5 Población por Género

Indicador	Total	Urbano	Rural
Población Total	85.795	39.028	46.767
Población Femenina	43.828	19.808	24.020
Población Masculina	41.967	19.220	22.747

Fuente: INEC –CPV 2010
Elaborado por: Las Autoras

Al 2016 se estima una población de 100.129 habitantes, urbana de 46.076 habitantes, y la rural de 54.053 habitantes.

Tabla N° 6 Población Urbana y Rural

Año	Total	Urbano	Rural	Hombres	Mujeres
2015	98.242	45.137	53.105	43492	45348
2016	100.129	46.076	54.053	43492	45348
2017	102.015	47.004	55.011	43492	45348
2018	103.899	47.925	55.974	43492	45348
2019	105.781	48.840	56.941	43492	45348
2020	107.660	49.752	57.908	43492	45348

Fuente: Plan Nacional y Ordenamiento Territorial
Elaborado por: Las Autoras

1.5.3 Situación económica

- **Economía**

En la actualidad el cantón Cayambe ha tenido un rápido crecimiento, ya que antes los habitantes únicamente se dedicaban a la agricultura y a la ganadería, pasando a ser la producción florícola un eje fundamental de la economía del Cantón.

Existen alrededor de 150 plantaciones en el cantón que utilizan los nuevos avances tecnológicos, los mismos que permiten obtener productos con estándares de alta calidad y exportar a más de 110 países, entre ellos los más importantes están: Estados Unidos, Italia, Alemania, Rusia, Canadá, Francia, Suiza, entre otros.

A pesar de que existen tres tipos de empresas; con alta inversión de capital, con menor cantidad de recursos, tecnología y las que están en proceso de implementación, generan grandes plazas de trabajo, no sólo para los habitantes nativos, sino que también dando acogida a migrantes de otras provincias, incluso de países como Colombia y Perú.

La floricultura ha favorecido notablemente a la economía del Cantón, mejorando la calidad de vida de la población.

Otros aspectos importantes de la economía urbana del Cantón, es la presencia de negocios de artesanías, insumos, transporte, así como también el sector financiero con ciertas entidades bancarias y crediticias.

La crianza de animales y producción porcina representan actividades complementarias en las familias Cayambeñas.

- **Agricultura**

Este Cantón posee características fisiográficas, lo cual sus moradores aprovechan al máximo para la siembra de flores, cebollas, trigo, tomate de árbol, tomate riñón, maíz y papas, en menor cantidad también son cosechados arvejas, habas, fréjol, hortalizas, las mismas que no únicamente son vendidas en los mercados locales, sino que también se comercializan en las ciudades de Ibarra, Otavalo y Pichincha.

Las florícolas son de gran importancia para la economía de Cayambe ya que generan una rentabilidad alta.

Estos son los lugares donde son comercializados los productos:

Tabla N° 7 Agricultura del Cantón

Producción Principal	Mercado habitual al que se destina
Fréjol	Local – Provincia – otras Provincias
Maíz	Local – Provincia – Otras Provincias
Arveja	Provincia
Hortalizas	Mayorista Ibarra
Tomate de árbol	Mayorista Ibarra
Tomate riñón	Mayorista Ibarra

Fuente: Organizando el Futuro de Cayambe

Elaborado por: Las Autoras

- **Industrialización**

“La industria florícola en Cayambe permite mejorar la economía del Cantón y del país ya que las flores son exportadas a Estados Unidos, Rusia, Canadá, Italia, Ucrania y España, generando un incremento de fuentes de trabajo debido a que en cada hectárea se utiliza un promedio de 11,8 trabajadores, siendo el 51% de género femenino, así como también alrededor de 48000 trabajadores directos y 55000 trabajadores indirectos, conllevando a generar ingresos altos para el Ecuador, los mismos que son invertidos en obras públicas”. (Expoflores, 2013)

No solo existen aspectos positivos en la Industria, también existen aspectos negativos como los problemas de salud ocasionados a los ruidos, radiaciones solares, químicos

agrícolas, altas temperaturas, entre otros, se puede también expresar que existe explotación, ya que los salarios son bajos. Además las plantaciones son causantes de la contaminación del agua y del suelo por el abuso de plaguicidas.

- **Servicios**

Cayambe es un Cantón el cual su economía está ligado a varios factores como son las flores, la creación de locales brindando servicios de comercialización de insumos, materiales de construcción e industrias de papel. Además se dedica también a la atención de tiendas de abastos, consultorios, sastrerías, restaurantes, papelerías, artículos de aseo, entre otros. Otro factor importante es la creación de microempresas dedicadas a la compra y venta de prendas de vestir, mobiliarias e insumos agropecuarios.

También existen profesionales los cuales ofrecen sus servicios a los habitantes, a continuación se enumeran algunos de ellos:

- ❖ Médicos
- ❖ Veterinarios
- ❖ Abogados
- ❖ Ingenieros civiles
- ❖ Obstétricas
- ❖ Odontólogos
- ❖ Ingenieros Agrónomos
- ❖ Arquitectos y
- ❖ Guardias de seguridad.

1.5.4 Situación socio – cultural

- **Salud**

El Cantón Cayambe cuenta con un hospital Raúl Maldonado Mejía del Ministerio de Salud Pública que le permite realizar hospitalizaciones, medicina interna, pediatría, cirugía general, traumatología, medicina general, enfermería.

Existen seis subcentros de salud que cuentan con servicios de prevención, promoción de recuperación de salud, servicio odontológico, emergencia con atención durante ocho horas diarias y seis dispensarios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Campesino.

“La tasa de mortalidad del cantón Cayambe, en el año 2010 fue de 269 por cada cien mil habitantes, en el 2011 se incrementó 50,7 hasta los 319,7; en el 2012 se evidencia disminución con una tasa a 279,7 y en el 2013 se incrementó al 304,9”. (Moreno, 2015 - 2025)

Las causas de muerte principales a través del CEPAL/CELADE 2003-2013 son: accidentes de vehículo, neumonía, envenenamiento auto infligido intencionalmente, senilidad, insuficiencia cardíaca, tumor maligno del estómago, agresión con objeto cortante, obstrucción no especificada de la respiración, inhalación e ingestión de otros objetos que causan obstrucción de las vías respiratorias, ahogamiento y sumersión no especificados.

Las enfermedades principales del Cantón, tanto en niños como en adultos son:

- Faringitis Agudas
- Infecciones agudas de las vías respiratorias
- Enfermedades parasitarias, no especificadas
- Amebiasis

- Diarrea y gastroenteritis
- Neumonía
- Desnutrición
- Gastritis
- Rinitis alérgica
- Accidentes cortaduras, caídas, quemaduras.

Los embarazos son también un gran problema en especial para los moradores que se encuentran en las parroquias de Cayambe, ya que se les dificulta realizarse los chequeos constantes. Los habitantes prefieren realizarse remedios caseros o asistir donde los curanderos lo que se ha convertido en un negocio lucrativo más no seguro, en vez de recurrir al hospital para un adecuado diagnóstico. El gobierno intenta crear más sitios de salud, es por eso que se ha construido subcentros en las parroquias, pero estos no son suficientes ya que estos no cuentan con un equipamiento necesario y tan sólo se pueden encontrar con un médico y una enfermera o muchas veces con una auxiliar de enfermería. Además no abastecen de hospitalización si así lo requiera el paciente.

- **Educación**

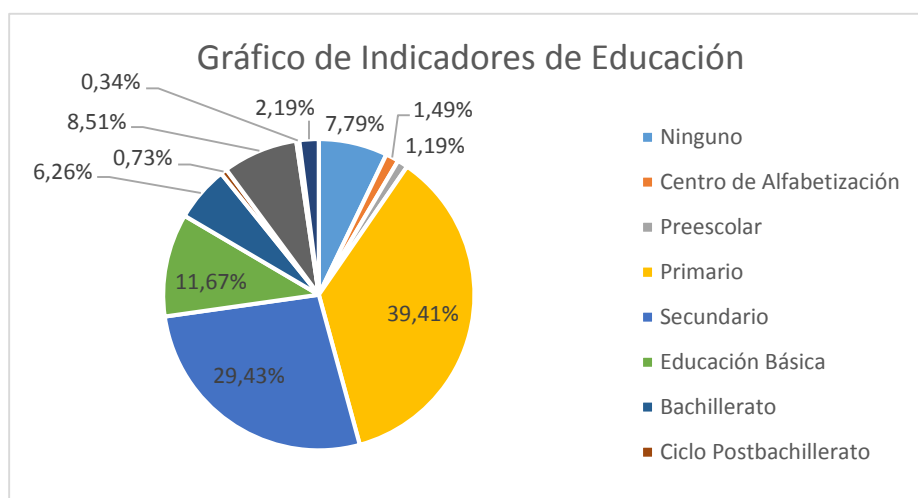
En el cantón Cayambe existen varias escuelas primarias, tanto en la zona urbana como rural, sin embargo la educación en la zona rural especialmente en las comunidades campesinas no se sujeta a los lineamientos utilizados en las ciudades y se limita a enseñar lo básico. El personal docente no labora con normalidad, ya que un maestro se encarga de dos y hasta de tres grados por día, dando como resultado la unidocencia en la zona rural.

El analfabetismo en el cantón Cayambe ha disminuido notablemente gracias a los diferentes programas ejecutados por parte del Municipio y del Consejo Provincial de Pichincha.

El nivel de instrucción más alto dentro del Cantón es el primario. En cuanto al nivel superior y de posgrado únicamente la cabecera cantonal refleja un porcentaje aceptable, comparado con las de otras parroquias. La escasez de profesionales afecta al desarrollo del Cantón ya que no permite concentrarse en la producción, contratando profesionales de las ciudades más cercanas como Quito e Ibarra. El bajo nivel educativo hace que las personas del cantón se dediquen a actividades operativas, de bajos sueldos y sin mucho desarrollo para el futuro.

En el Cantón solo existen extensiones de Universidades como la Universidad Politécnica Salesiana, Técnica Particular de Loja y la Escuela Politécnica Superior del Ejército, las mismas que no cuentan con una amplia variedad de carreras Universitarias frente a la demanda local y los valores de matrícula no son accesibles para la población.

Gráfico N° 1 Indicadores de Educación



Fuente: Ministerio de Educación, 2013
Elaborado por: Las Autoras

- **Cultura y Costumbres**

La identidad cultural del Cantón proviene principalmente de los grupos indígenas existentes, en su gran mayoría pertenecen al Pueblo Kayambi y de una pequeña población mestiza que habitan principalmente en las zonas urbanas.

Cayambe pasa por un proceso de evolución cultural, pero a pesar de ello aún mantiene aspectos favorables y no favorables, lo mismos que diferencian entre la vida del campo y la vida urbana.

En la actualidad, la población está compuesta en su mayoría por mestizos y una minoría de indígenas, así como también la llegada de migrantes, complementan y enriquecen la estructura cultural y tradicional del Cantón. Los indígenas kayambi ayudan a seguir con las tradiciones más autóctonas como por ejemplo: la comida, las festividades y las formas de organización, mientras que los mestizos incentivan a la práctica de valores muy comunes.

- **Principales manifestaciones culturales**

Las fiestas de Cayambe son muy importantes y reconocidas en todo el Ecuador, inicia a mediados de Junio y se prolonga hasta agosto con las octavas de Juan Montalvo, realizan una variedad de actos como desfiles, ramas de gallos, juegos tradicionales y verbenas, concluyendo con los toros populares, mismas que por su colorido y vistosidad son apreciados por los turistas tanto nacionales como extranjeros.

En estas festividades se dan cita tanto la población mestiza como la comunidad indígena y son el resultado de la castellanización y cristianización que fue impuesta por los españoles a los pueblos indígenas, los mismos que en determinadas fechas, se reúnen de las

distintas comunidades y se dirigen al sector centro del Cantón, vistiendo sus mejores disfraces, cantando, bailando y gritando al son de las flautas.

Las fiestas son dedicadas principalmente al patrono San Pedro y a la celebración del Inti Raymi que es la época de la cosecha y dan las gracias al sol y a la fertilidad de la Pacha Mama (madre tierra).

Los personajes autóctonos más destacados de estas fiestas son tres: los aruchicos, diablumas y las chinucas, los demás personajes fueron incorporándose con la evolución del mestizaje social y cultural como por ejemplo el payaso.

La vestimenta de las personas que participan en esta fiesta es: camisa bordada, falda o centro adornado en los bordes con encajes y brillos, fachalina, alpargatas, gargantillas, careta y sombrero adornado con cintas de colores, por su parte los hombres llevan camisa bordada y zamarros, los mismos que son fabricados con la piel de cordero o cabra.

Ente las principales fiestas tradicionales están:

1. Las fiestas del Sol
2. Las fiestas de San Pedro
3. Las Octavas

- **Gastronomía Típica**

En el Cantón Cayambe existe una gran diversidad de alimentos que son provenientes de la Pacha Mama, sus habitantes en especial las personas indígenas aún conservan el conocimiento de cuándo deben sembrar y que días son los de cosecha, es por eso que ellos

dan las gracias a la tierra y realizan una fiesta al Rey sol por los productos que se pudo cosechar.

La alimentación de la población de Cayambe se basa en el maíz que hasta el día de hoy es utilizado en las comidas, los platos típicos son:

- Papas con cuy y salsa de pepas de zambo
- Habas tiernas con ají y pepas de zambo
- Champús,
- Arroz de leche
- Chicha de Jora
- Guarango o mishque
- Chaguarmishque
- Tortillas de tiesto

1.5.5 Aspectos Políticos

- **Organización política del cantón**

“El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cayambe es una institución que posee independencia financiera, administrativa y política, el mismo que se maneja con valores de responsabilidad social, pro actividad, compromiso, solidaridad, sustentabilidad y sostenibilidad, cuyo objetivo principal es promover el desarrollo urbano y rural contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas del Cantón”. (Moreno, 2015 - 2025)

Cayambe está representado por: el Alcalde Guillermo Churuchumbi, la Vicealcaldesa Dolores Silva y por cinco concejales, los mismo que apoyan al progreso del Cantón.

- **Apoyo a la producción y comercialización**

“El estado a través del Art. 19 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión ampara los derechos de los inversionistas ya que permite la libre producción y comercialización de bienes y servicios, los cuáles deben ser socialmente deseables y ambientalmente sustentables. Esta ley es un aspecto positivo para el proyecto ya que permite a los inversionistas fijar libremente el precio del bien o servicio, el cual generará una rentabilidad”. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

- **Desarrollo Socio – Económico**

Los sectores predominantes de la economía del Cantón Cayambe son las actividades agropecuarias, el cultivo de flores, la producción de leche y sus derivados, la producción de lana y la cría de animales, las mismas que generarán fuentes de trabajo e ingresos a la población.

Otro aspecto importante para el desarrollo del Cantón es el fenómeno migratorio que está directamente relacionado con el trabajo en las florícolas generando ingresos significativos, los mismos que gestionan la creación de proyectos que mejoran la calidad de vida de la población.

1.6 Matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos)

Tabla N° 8 Matriz AOOR

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• En el Cantón Cayambe existe mano de obra disponible debido al crecimiento poblacional producido por las florícolas.• Las Instituciones financieras proporcionan créditos para el desarrollo de las microempresas.• La microempresa ofrecerá diferentes tipos de paquetes de acuerdo a la economía de cada uno de los clientes, proporcionando costos accesibles, con el fin de que el servicio esté al alcance de todas las personas.• La microempresa tendrá varios proveedores del Cantón Cayambe permitiéndole así tener una amplia variedad de líneas de servicios y de esta manera asegurar la fidelidad de la clientela.	<ul style="list-style-type: none">• Al no existir competencia directa de este tipo de servicios, se obtendrá gran demanda y existirá mejor aceptación por parte de la población.• Actualmente el mercado está en un constante crecimiento, por ende las personas día a día están cambiando sus gustos y preferencias al momento de celebrar un evento social.• Al contratar este tipo de microempresas el cliente no se encarga de mayores responsabilidades, por lo cual la organización del evento no interferirá en las actividades cotidianas del usuario.• Debido a que la microempresa tendrá un crecimiento continuo, desarrollándose mediante la promoción y venta del servicio, se generará nuevas fuentes de empleo.• Un aspecto positivo es el crecimiento poblacional que existe en el Cantón, debido a que las personas que llegan tienen nuevas costumbres acerca de la organización de eventos.

OPONENTES

- Un gran porcentaje de población en el Cantón Cayambe es indígena lo cual no le permitirá a la microempresa posesionarse con facilidad en el mercado.
- El desconocimiento del servicio, producirá limitantes ya que los posibles clientes pueden pensar que la intervención de la microempresa elevará el costo del evento.
- Altos costos para la adquisición de equipos e insumos para la implementación de la microempresa.
- En el Cantón Cayambe existen varias comunidades, las cuales están ligadas a sus tradiciones y esto ocasionará la no aceptación del servicio, existiendo dificultades en la segmentación del mercado.

Fuente: Datos de la investigación.

Elaborado por: Las Autoras

RIESGOS

- Inestabilidad económica en el país.
- La población no tiene credibilidad en el servicio, ya que tienen bien definidas sus tradiciones al momento de organizar un evento social y no están acostumbrados a delegar esa responsabilidad a terceros.
- Dificultades para obtener los permisos de funcionamiento, ya que cada entidad que otorgan estos permisos tienen estrictas normas, las mismas que son debidamente inspeccionadas antes de la apertura de una microempresa.
- Un aspecto negativo es la aparición de nuevos competidores que ofrezcan servicios similares, disminuyendo así la clientela.
- El uso inadecuado de equipos.

1.8 Cruces estratégicos

1.8.1 Aliados – Riesgos

- A través de los créditos que brindan las instituciones financieras se reducirá la inestabilidad económica existente en el cantón, lo que permite la creación de nuevas microempresas.
- Ofrecer diferentes paquetes, permitirá que todas las personas tengan acceso a la contratación del servicio, dependiendo de lo que cada persona haya presupuestado en la realización de su evento.
- Contar con una gran variedad de proveedores permitirá estar a la vanguardia de los competidores indirectos y de esta manera mantener precios competitivos, dando paso a posesionarse en el mercado.

1.8.2 Aliados – Oponentes

- Dando a conocer el servicio y los diferentes precios accesibles que se ofrecerá a los posibles clientes permitirá dar un cambio de la percepción del servicio y así disminuir la resistencia a través de una adecuada comunicación.
- A través de la diversidad de mano de obra con la que contará la microempresa se podrá implementar nuevas opciones de servicio, los cuales estarán direccionados a satisfacer los gustos, preferencias y costumbres de cada cliente.

- Establecer alianzas estratégicas con los proveedores, que permitan abrir canales de comunicación con la posible competencia y de esta manera trabajar conjuntamente, logrando beneficiar a todas las partes.

1.8.3 Oportunidades – Oponentes

- Aprovechar el crecimiento poblacional del cantón debido al incremento de plantaciones florícolas, generando un intercambio de costumbres, culturas e ideologías, lo cual permitirá cambiar la percepción de la organización de fiestas.
- Debido al desconocimiento que tienen las personas acerca del servicio que se ofrece, no toman en cuenta un aspecto que es de vital importancia, el ahorro del tiempo en la organización de un evento.
- Aprovechar que el Cantón Cayambe está atravesando por un crecimiento activo del mercado, lo cual facilitará la aceptación favorable y la expansión del servicio en diferentes ciudades.

1.8.4 Oportunidades – Riesgos

- Al no existir competencia directa, permitirá que la microempresa sea intermediaria con competidores independientes de cada uno de los servicios que requiere la organización de un evento.
- Brindar nuevas fuentes de trabajo, las mismas que permitirán equilibrar la inestabilidad económica del cantón, tratando de mejorar la calidad de vida de los habitantes.

- La falta de credibilidad para este tipo de empresas es considerable, debido al desconocimiento de los beneficios que se obtiene al contratar estos servicios, ya que existen paquetes accesibles para cada clase de cliente.

1.9 Identificación de oportunidad de inversión

Del análisis aplicado a varios aspectos económicos, sociales y culturales, en la presente investigación se puede afirmar que la microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales en el Cantón Cayambe tiene una gran acogida por parte de sus habitantes, ya que en la actualidad el desarrollo de un evento implica tomar en cuenta varios detalles, lo cual requiere de tiempo y dedicación.

Es necesario aprovechar el crecimiento poblacional por el que está atravesando el Cantón, lo que permitirá introducir el servicio con el fin de crear nuevas fuentes de empleo reduciendo los índices de desempleo y pobreza. De ahí nace la necesidad de desarrollar un proceso de investigación que permita formular un proyecto de factibilidad.

Siendo necesario plantear un proyecto de LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORÍA, PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA, que beneficié a los habitantes del cantón.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En este capítulo se estructuran las bases teórico-científicas, con definiciones importantes relacionadas al objeto de estudio que sustenten el desarrollo de la investigación realizada, con el propósito de obtener una investigación sistematizada, ordenada y coherente de tal manera que resulten útiles a la investigación.

2.1 OBJETIVO

Definir las bases teóricas – científicas que sustenten la realización del proyecto a través de una investigación bibliográfica y linkográfica.

2.2 MÉTODO A UTILIZAR

Inductivo: Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

Este método será utilizado en la elaboración de este capítulo ya que permitirá analizar la investigación, respetando cada una de las fuentes bibliográficas utilizadas.

2.3 ASPECTOS ESPECÍFICOS DEL SERVICIO

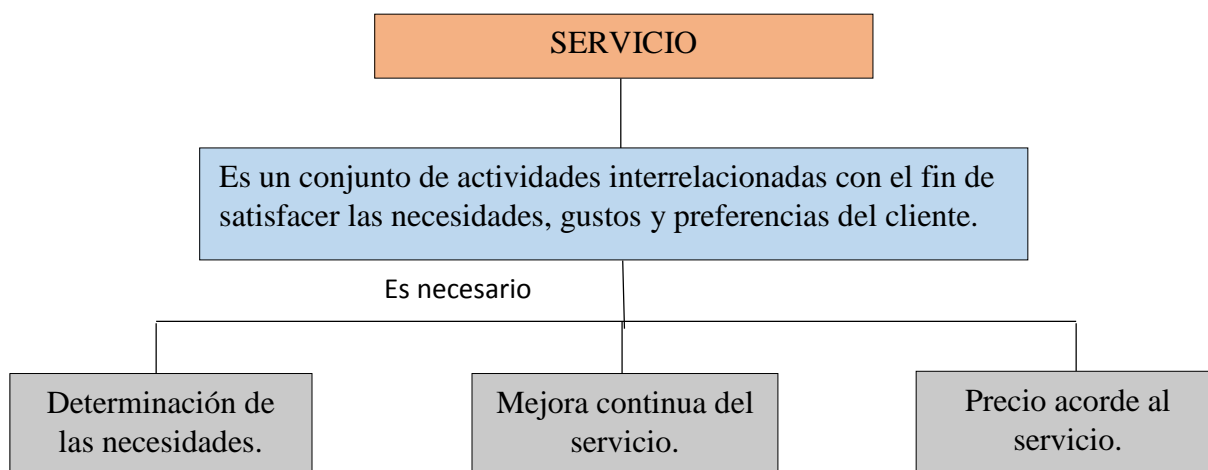
2.3.1 Microempresa

“Aquella que con una fuerza laboral no mayor de 20 trabajadores vende servicios o productos directamente al público”. (Rojas, 2014, pág. 19).

Se puede definir a la microempresa como una empresa con tamaño y características pequeñas, representan el resultado del esfuerzo de emprendedores con objetivos económicos y sociales. La microempresa es un factor determinante en la economía del Ecuador ya que para la ejecución de éstas no se requiere grandes sumas de capital y lo más importante es que predomina la mano de obra ya que ofrecen oportunidades laborales a algunos sectores de la sociedad.

2.3.2 Servicio

Gráfico N° 2 Servicio



Fuente: (Rojas, 2014)

Elaborado por: Las Autoras.

“Los servicios son, en verdad, intangibles; es decir, sus procesos crean un valor para los clientes mediante la realización de transformaciones que no dan como resultado una entidad física (producto); los servicios pueden ser difíciles de definir y no pueden cuantificarse con facilidad”. (Schroeder, Meyer, & Rungtusanatham, 2011, pág. 84)

Los servicios son las actividades económicas que implican desempeños basados en tiempo, dedicación y esmero a cambio de un valor monetario, el presente proyecto consiste

en la prestación de un bien intangible que intentan satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.

2.3.3 Organización de servicios

“Esa aquella que mediante la realización de una serie de actividades, es capaz de ofrecer o prestar un servicio. A diferencia de las empresas manufactureras, las de servicios no transforman materiales sino que satisfacen las necesidades de los clientes a través de la realización de ciertas actividades”. (Ramírez, 2013, pág. 476)

2.3.4 Calidad en el servicio

Gráfico N° 3 Calidad del Servicio



Fuente: (Ramírez, 2013)

Elaborado por: Las Autoras.

“Podemos entender la calidad como el nivel de excelencia que la empresa se ha marcado con la intención de satisfacer las expectativas de sus clientes. Se trata de implementar un

sistema del que sea participe toda la organización y que permita descubrir las causas que producen defectos, con el objetivo de reducir costes y ganar en satisfacción del cliente”

(García, García, & Gil, 2011, pág. 117)

Este aspecto consiste en cumplir con las necesidades y expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien realizado es el servicio. La calidad en el servicio es muy importante para todas las nuevas empresas que pretenden posicionarse en el mercado y continuar en el tiempo, teniendo siempre un mejoramiento continuo que le permita tener la fidelidad de los clientes.

2.3.5 Evento

“Un evento es una reunión de personas que conlleva un motivo en particular. Tanto los eventos sociales como los populares tienen como objetivo la diversión”. (Arroyo & Morrucco, 2013, pág. 15)

Gráfico N° 4 Evento



Fuente: (Arroyo & Morrucco, 2013)

Elaborado por: Las Autoras.

2.3.6 Mercado de los eventos

“Entre los que generan la demanda de servicios encontramos a particulares, personas físicas, morales, instituciones, corporativos, gobierno, etc.

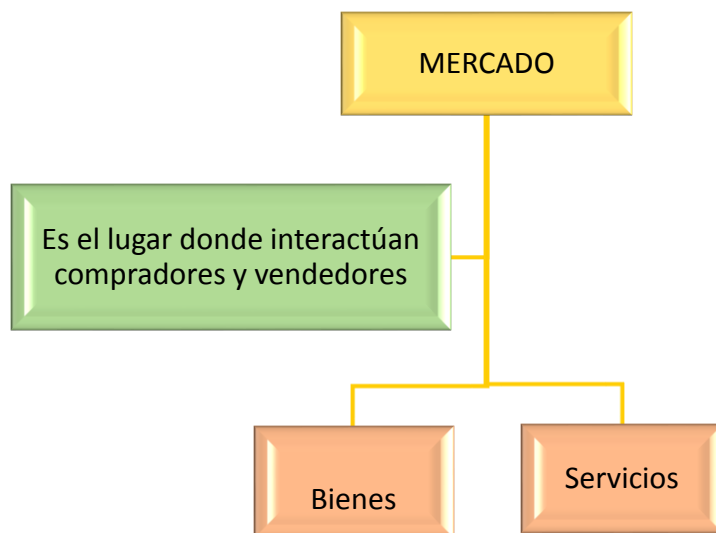
Esta demanda de servicios es ofertada por los distintos proveedores o compañías, entre las que encontramos a organizadores de eventos, hoteles, salones, transportistas, coreógrafos, empresas de renta, casas productoras, escenógrafos, agencias de producción, promociones, etc”. (Navarro, 2012, pág. 3)

2.4 ASPECTOS DEL MERCADO

2.4.1 Mercado

“El mercado es el área en el cual convenga las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar”. (Arboleda, 2013, pág. 83)

Gráfico N° 5 Mercado



Fuente: (Arboleda, 2013)

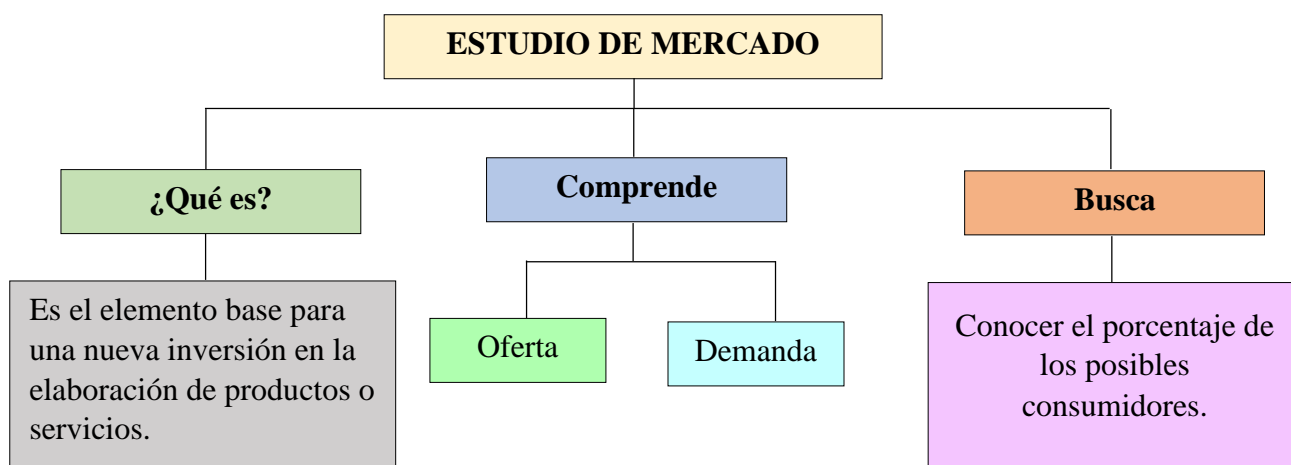
Elaborado por: Las Autoras.

El mercado es cualquier medio por el cual los compradores y vendedores se ponen de acuerdo para determinar precios e intercambiar un bien o servicio. La oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado. El mercado lo conforman los clientes reales y los potenciales, esto contribuirá notablemente en el desarrollo del proyecto ya que los clientes son la razón de ser del negocio y son ellos quienes van a adquirir el servicio, es decir de los clientes provendrán todos los ingresos.

2.4.2 Estudio de Mercado

“Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. (Baca, 2013, pág. 5)

Gráfico N° 6 Estudio de Mercado



Fuente: (Baca, 2013)

Elaborado por: Las Autoras.

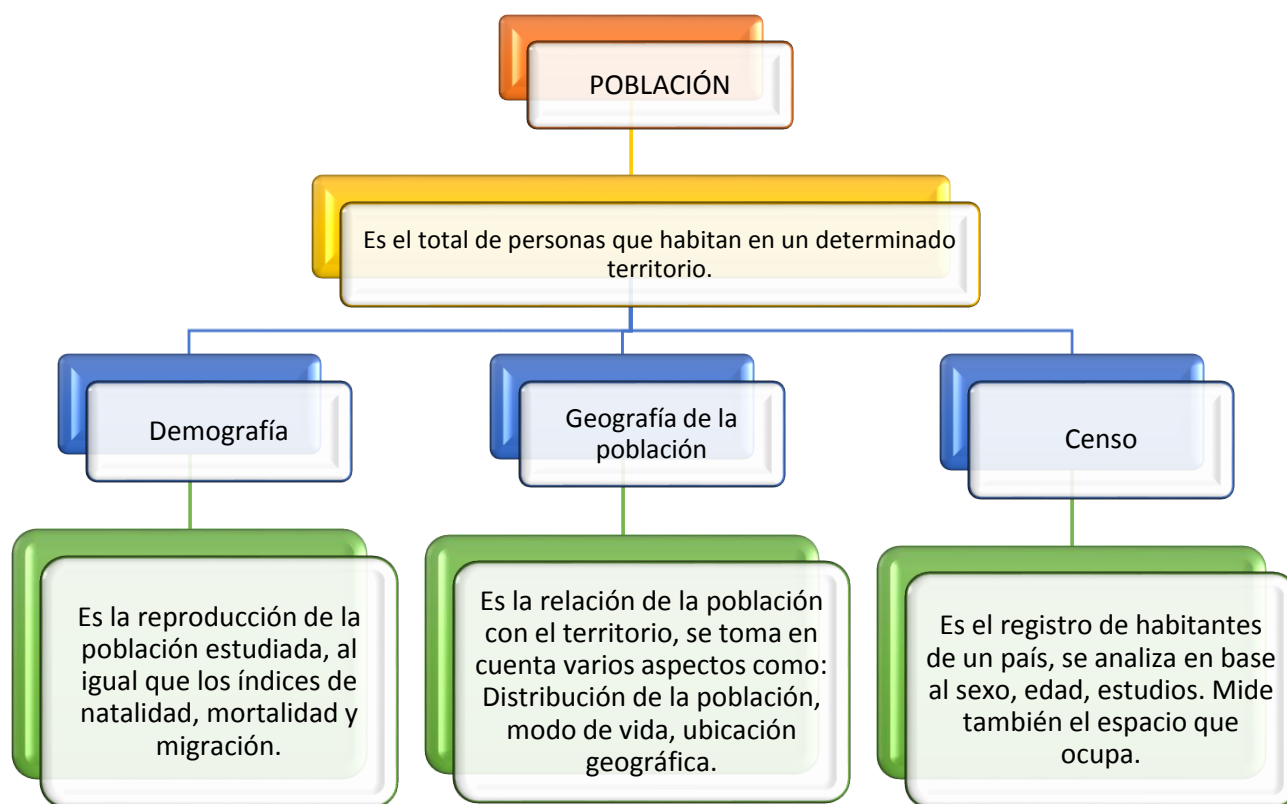
El estudio de mercado consiste en la recolección y análisis de datos, se centra básicamente en estudiar aspectos relevantes de la oferta y la demanda, es de vital importancia ya que permitirá establecer las posibilidades de éxito de venta del servicio, así como también

comprender las necesidades, gustos y preferencias de los posibles clientes y las estrategias de los competidores, con el fin de mantener la satisfacción de los clientes y lograr la preferencia.

2.4.3 Población

“Se denomina población a una colección finita o infinita de unidades (individuos o elementos) de las cuales se desea obtener una información”. (Limas, 2012, pág. 74)

Gráfico N° 7 Población



Fuente: (Limas, 2012)

Elaborado por: Las Autoras.

Es el conjunto de seres vivos de una especie que habita en una misma zona geográfica. Para el desarrollo del proyecto es necesario determinar el lugar en el cuál se va a efectuar el mismo, con el objetivo de seleccionar correctamente la población que será parte de la investigación.

2.4.4 Tamaño de la Muestra

“Corresponde al número de elementos, elegidos o no al azar, que hay que tomar de la población cuando se aplica encuestas”. (Limas, 2012, pág. 75)

Se lo puede definir como el número de sujetos utilizados para el cálculo de las estimaciones de la población que se está estudiando, este análisis es muy útil debido a que ayuda a reducir gastos y tiempo, ya que permite a los investigadores valorar la información sobre toda una población sin tener la necesidad de estudiar a cada miembro de la población.

Gráfico N° 8 Tamaño de la muestra



Fuente: (Limas, 2012)

Elaborado por: Las Autoras.

2.4.5 Oferta

“El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto”. (Arboleda, 2013, pág. 88)

Se puede definir a la oferta como todos los bienes y servicios producidos en un determinado lugar, momento y con un precio concreto, con el fin de ser consumidos por los demandantes y así poder obtener una rentabilidad. El estudio de la oferta ayudará a definir y medir las cantidades y condiciones en las que será introducido el servicio, así como también se analizará la situación actual y futura del mercado.

Gráfico N° 9 Oferta



Fuente: (Arboleda, 2013)

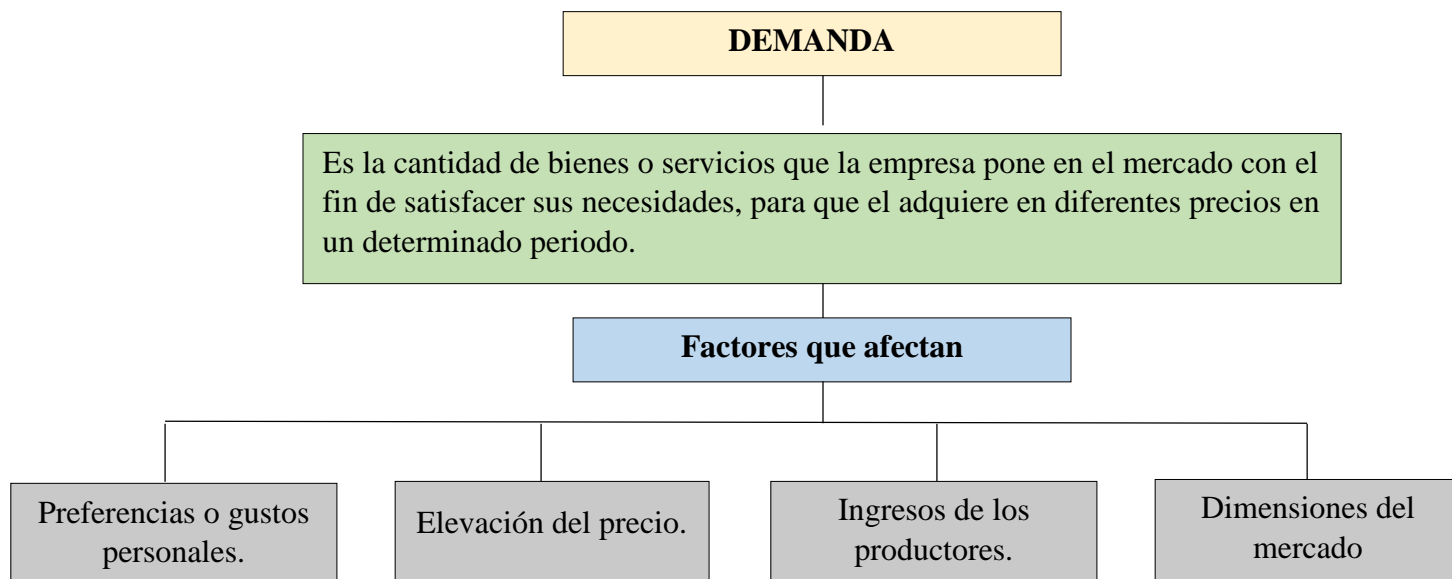
Elaborado por: Las Autoras.

2.4.6 Demanda

“La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”. (Arboleda, 2013, pág. 86)

La demanda permite determinar la cantidad y calidad del bien o servicio que la población pretende adquirir tomando en cuenta los precios que propone el mercado, para satisfacer sus necesidades o deseos tomando en cuenta el poder adquisitivo que posea cada persona. El estudio de la demanda le facilitará al inversionista conocer la disponibilidad y existencia de un servicio similar al propuesto en el mercado y el interés que tienen los consumidores sobre el mismo.

Gráfico N° 10 Demanda



Fuente: (Arboleda, 2013)

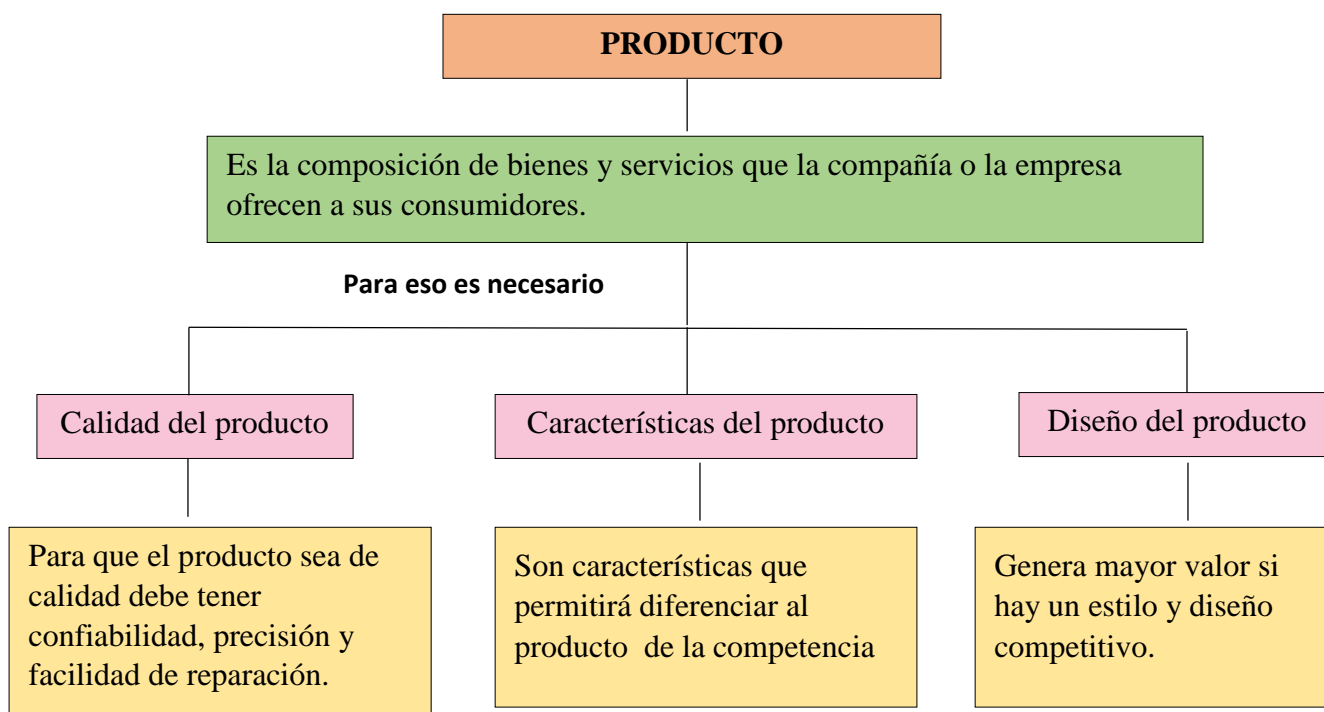
Elaborado por: Las Autoras.

2.4.7 Producto

“Es la combinación de bienes y servicios que la compañía ofrece al mercado meta”. (Silva, González, Martínez, Giraldo, & Juliao, 2015, pág. 172)

El producto es un conjunto de atributos que se los puede identificar con facilidad como son: precio, color, empaque, diseño, tamaño entre otros. Son ofrecidos en el mercado con la intención de satisfacer los deseos o necesidades de los consumidores a través de su uso o su consumo.

Gráfico N° 11 Producto



Fuente: (Silva, González, Martínez, Giraldo, & Juliao, 2015)

Elaborado por: Las Autoras.

2.4.8 Precio

“El precio es el valor; expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado”.

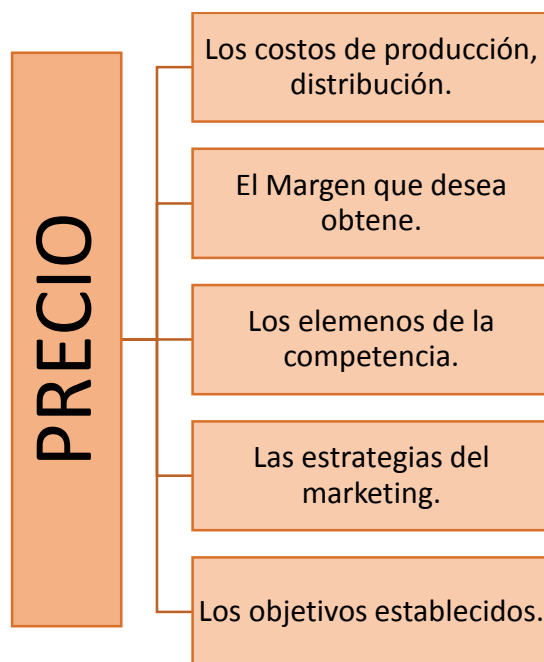
(Arboleda, 2013, pág. 88)

Se puede definir al precio como la cantidad de dinero que las personas dan a cambio de un bien o servicio, el mismo que debe estar fijado tomando en cuenta elementos

importantes como es la materia prima, el trabajo, esfuerzo, tiempo y utilidad que hayan sido asignados en la consecución del mismo. La determinación del precio para el proyecto es importante analizarla ya que se debe tomar en cuenta la economía de la sociedad.

Gráfico N° 12 Precio

¿Cómo determinar el precio?



Fuente: (Arboleda, 2013)

Elaborado por: Las Autoras.

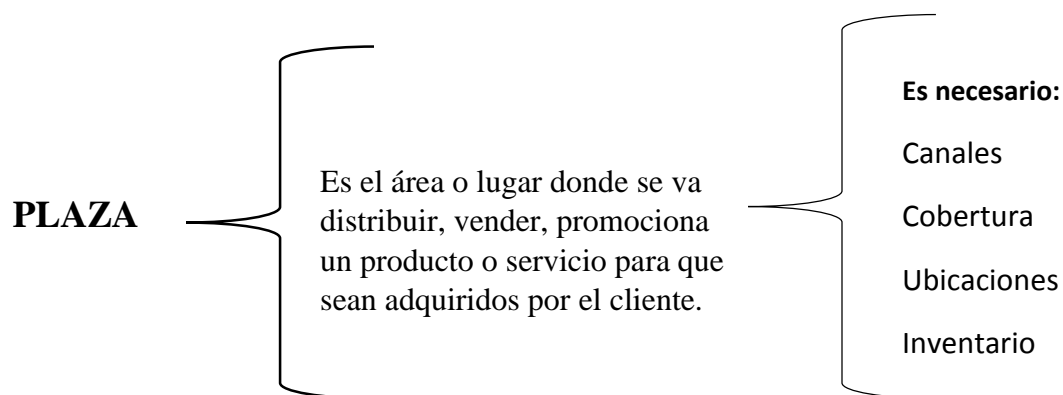
2.4.9 Plaza

“Incluye las actividades de la compañía que hacen que el producto esté a la disposición de los consumidores meta”. (Silva, González, Martínez, Giraldo, & Juliao, 2015, pág. 172)

Es el lugar donde se va a distribuir, promocionar y vender el producto o servicio, pone énfasis en el eficiente manejo de los canales de distribución que permitan que el producto

llegue al lugar, en el momento y en las condiciones adecuadas. Es necesario localizar los puntos estratégicos de distribución para que de esta manera los productos puedan ser identificados y consumidos.

Gráfico N° 13 Plaza



Fuente: (Silva, González, Martínez, Giraldo, & Juliao, 2015)

Elaborado por: Las Autoras.

2.4.10 Promoción

“Son las actividades diferentes a la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las compras por parte del consumidor y las ventas por parte del distribuidor”. (Arboleda, 2013, pág. 92)

La promoción tiene como objetivo principal informar, convencer y recordar al público acerca de los productos o servicios que se está ofreciendo, para de esta manera influir en las actitudes y comportamientos de los clientes ofreciendo incentivos para la adquisición del servicio, permitiéndole obtener a la empresa un incremento puntual en las ventas.

2.5 ASPECTOS CONTABLES

2.5.1 Contabilidad

“La técnica, que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realiza en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o ejercicio contable” (Bravo, 2011).

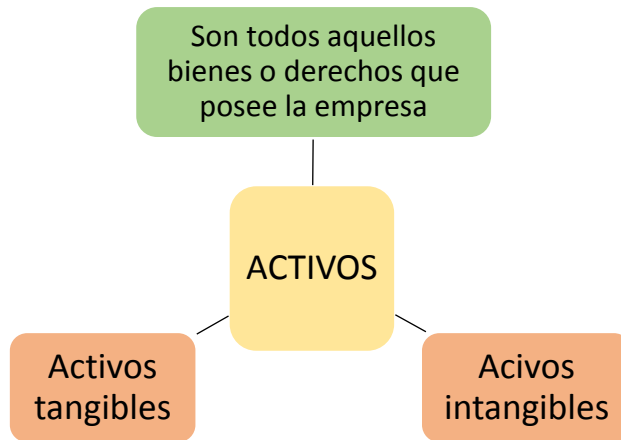
La contabilidad recopila y analiza la información de las diversas operaciones que las empresas desarrollan con el fin de obtener datos reales que le permitan a la administración tomar acciones inmediatas para el excelente funcionamiento de la misma.

2.5.2 Activo

“Un activo es un recurso económico propiedad de una entidad, que se espera rinda beneficios en el futuro; su valor se determina con base en el costo de adquisición del artículo, más todas las erogaciones necesarias para su traslado, instalación y arranque de operación”. (Guajardo & Andrade, 2014, pág. 41)

Activo son todos aquellos bienes o derechos que posee la empresa, estos pueden ser tangibles o intangibles, de los cuales se puede hacer uso o a su vez llegar a obtener utilidad durante un lapso de tiempo determinado, esta definición ayudará en el desarrollo de la actividad financiera, por lo que permite conocer el valor real de lo que posee la empresa, determinando el costo inicial mas todo lo que ha sufrido el bien o derecho durante la actividad económica.

Gráfico N° 14 Activos



Fuente: (Guajardo & Andrade, 2014)

Elaborado por: Las Autoras.

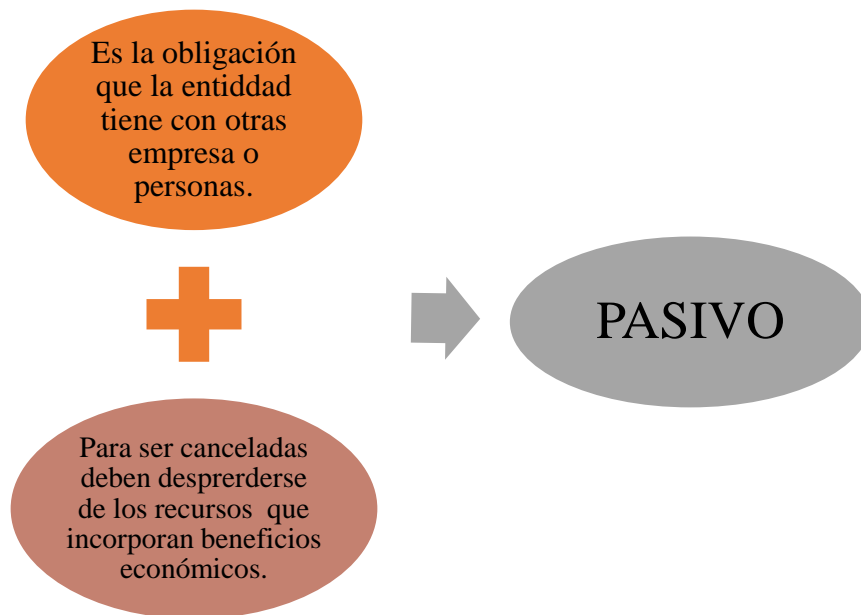
2.5.3 Pasivo

“El pasivo representa lo que el negocio debe a otras personas o entidades conocidas como acreedores. Estos tienen derecho prioritario sobre los activos del negocio, antes que los dueños, quienes siempre ocuparán el último lugar”. (Guajardo & Andrade, 2014, pág. 42)

Este rubro servirá para el estudio de la empresa ya que en este, se representa todas las obligaciones que se ha contraído con personas externas o proveedores, las cuales tienen que ser canceladas en el tiempo establecido.

En algunos casos para que las deudas puedan ser cubiertas en su totalidad o parcialmente se opta por vender o desprenderse de recursos que tal vez, estos podría generar utilidad en el futuro.

Gráfico N° 15 Pasivos



Fuente: (Guajardo & Andrade, 2014)

Elaborado por: Las Autoras.

2.5.4 Patrimonio

“El capital contable o patrimonio representa la proporción de activo total que es financiada por los propietarios o, en su caso, los patrocinadores de la entidad. Por tanto, mientras los pasivos se consideran fuentes internas de financiamiento, el capital es una fuente interna”.

(Celaya, 2013, pág. 139)

El Patrimonio ayudará en el proceso de la empresa, ya que permitirá reflejar los valores que poseerá, los cuales nacerán del activo y pasivo, por lo que este rubro indicará las variaciones en las transacciones que sufrirá la entidad con proveedores durante la actividad económica, además en el cierre del ejercicio fiscal nos indicará el rendimiento que se ha generado.

Gráfico N° 16 Patrimonio



Fuente: (Celaya, 2013)

Elaborado por: Las Autoras.

2.5.5 Depreciación

“La depreciación es la distribución como gasto del valor del activo en los periodos en los cuales presta sus servicios. Los activos fijos, con excepción de los terrenos, son de uso de la empresa por un número limitado de años y sus costos se distribuyen como gasto entre los años durante los cuales se usa”. (Araujo, 2013, pág. 109)

Es un mecanismo que será estudiado, ya que a través de este se conocerá el desgaste o la reducción que tendrán los bienes que poseerá la empresa y saber el precio real que costará en el mercado, dependiendo de su uso durante su vida útil, con el propósito de obtener recursos que serán utilizados para la reposición de los mismos.

Gráfico N° 17 Depreciación



Fuente: (Araujo, 2013)

Elaborado por: Las Autoras.

2.5.6 Amortización

“Es una carga que se genera al llevar a cabo la inversión diferida, de tal forma que la empresa tiene la facultad que le otorga la Ley del Impuesto sobre la Renta de recuperar dicha inversión durante varios periodos”. (Araujo, 2013, pág. 109)

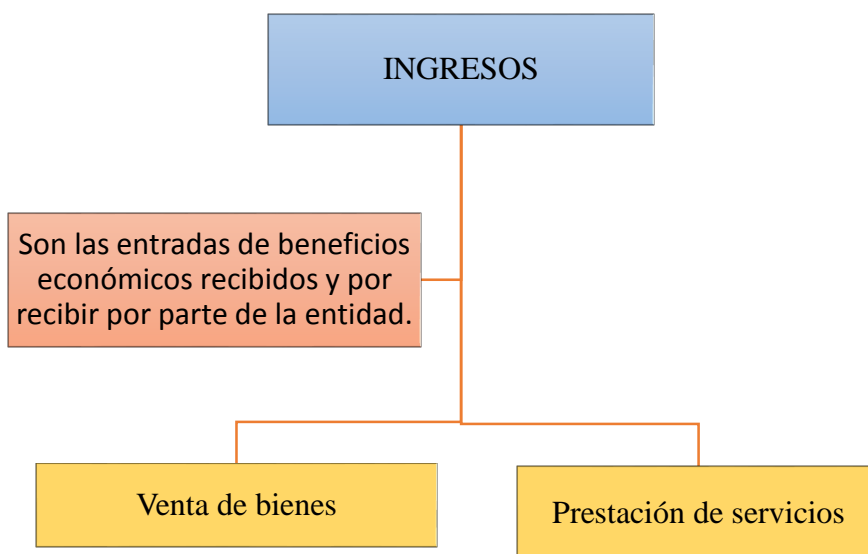
La Amortización son los intereses que serán generados en el desarrollo de la empresa originados por una deuda grande, que ha contraído , los cuales serán cubiertos a través de pagos periódicos o al concluir un tiempo determinado, ya sea en uno o más periodos económicos, ayudando de esta manera a disminuir la deuda . El lapso de tiempo ayuda que la deuda que se ha contraído no genere perdidas a la entidad.

2.5.7 Ingresos

“Los ingresos representan recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, en efectivo o a crédito”. (Guajardo & Andrade, 2014, pág. 43)

Los ingresos serán estudiados en el proyecto, ya que son las ganancias o incrementos en los recursos económicos, que generará la empresa, incrementando al activo y disminuyendo al pasivo, estos se producen por la venta de un producto o a su vez por la prestación de un servicio, percibiendo efectivo o documentos que se efectivizaran en las fechas indicadas .

Gráfico N° 18 Ingresos



Fuente: (Guajardo & Andrade, 2014)

Elaborado por: Las Autoras.

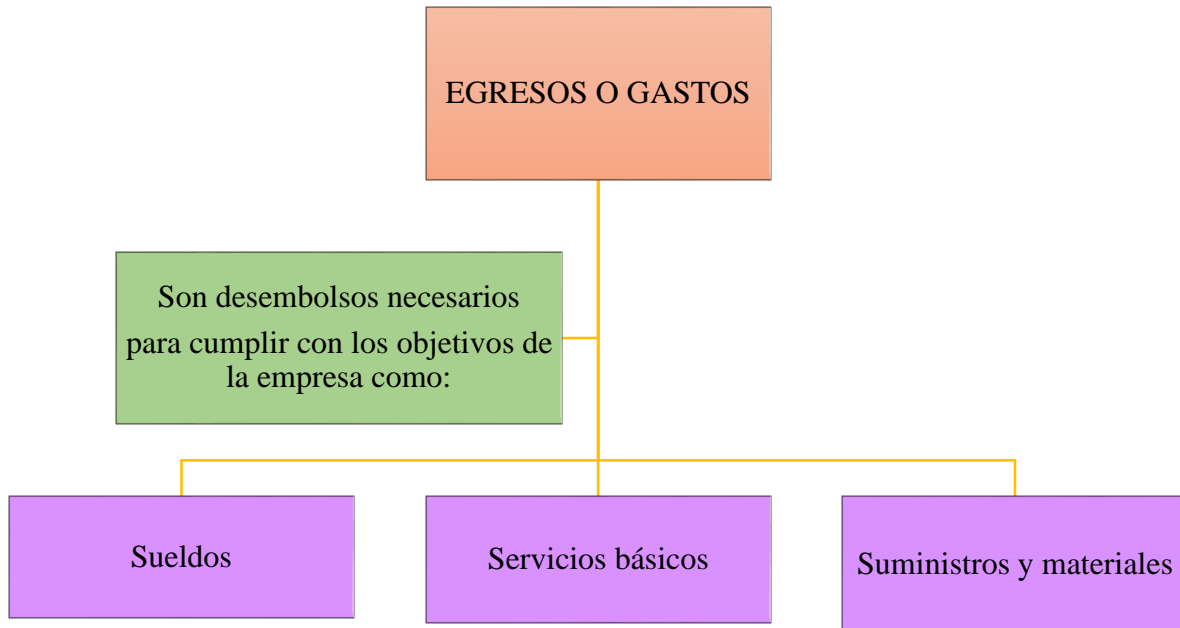
2.5.8 Egresos o Gastos

“Denominados también egresos constituyen los desembolsos necesarios que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa tales como: sueldos, servicios básicos, suministros y materiales, etc”. (Bravo, 2011, pág. 6)

Son salidas de dinero efectuados por la empresa, mediante este rubro se podrá realizar pagos por la adquisición de un bien o la prestación de un servicio, pueden ser pagados en

efectivo o por medio de una cuenta bancaria, esto provocara disminución de la utilidad de la empresa.

Gráfico N° 19 Egresos o Gastos



Fuente: (Bravo, 2011)

Elaborado por: Las Autoras.

2.5.9 Costo fijo

“Son las inversiones que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de producción”. (Rincón, 2011, pág. 44)

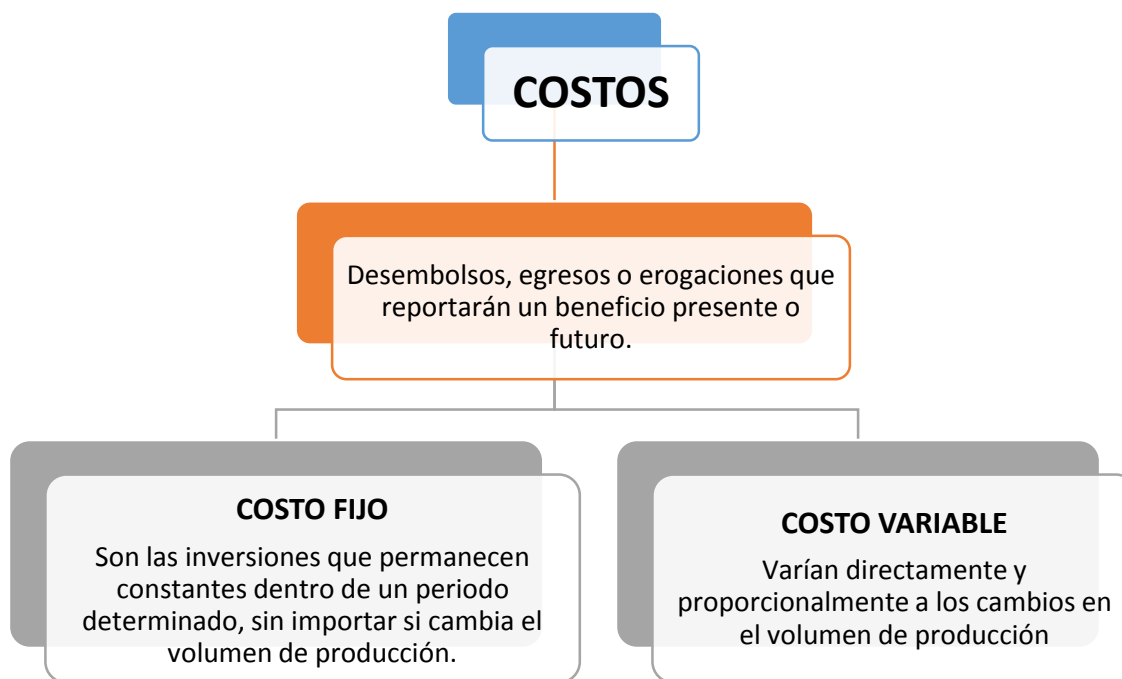
2.5.10 Costo Variable

“Varían directamente y proporcionalmente a los cambios en el volumen de producción”.
(Rincón, 2011, pág. 44)

En la empresa será necesario el análisis del costo fijo y el costo variable, ya que el primero es un costo estándar, sin importar si la entidad se encuentra produciendo en la misma cantidad el servicio.

El costo variable en cambio es sensible a cualquier cambio que exista en la producción, es decir este costo será modificado dependiendo de la producción, si existe un incremento este aumentará, pero si sucede lo contrario este disminuirá, por lo que se necesitara menos materiales para la elaboración del servicio.

Gráfico N° 20 Costo Variable



Fuente: (Rincón, 2011)

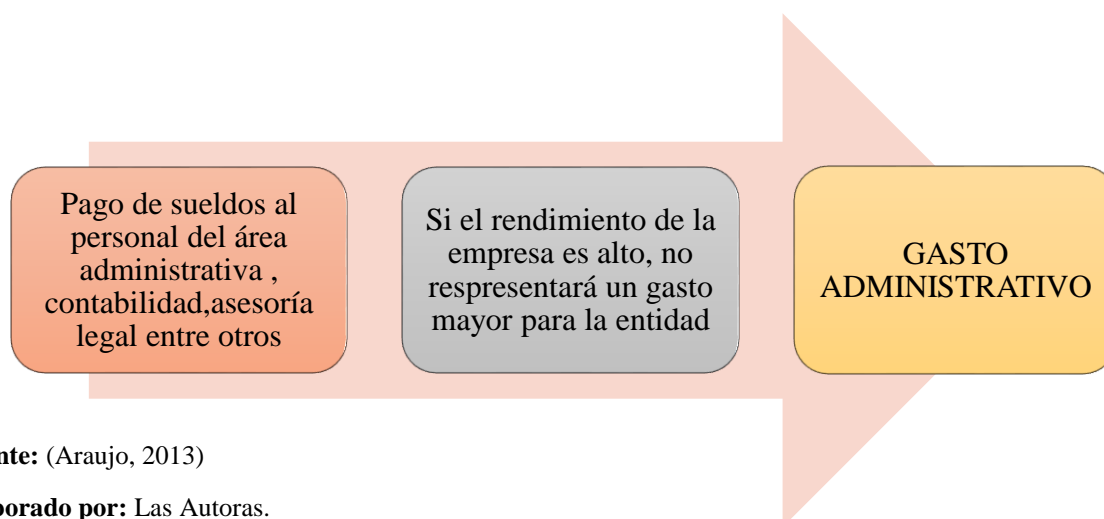
Elaborado por: Las Autoras.

2.5.11 Gasto administrativo

“En este rubro se agregan las erogaciones para el pago de sueldos del personal del área administrativa, contabilidad, asesoría legal, auditoría interna, compras, almacenes y demás sectores, así como aquellas otras destinadas a la adquisición de papelería, servicios de electricidad de las áreas antes mencionadas, servicio telefónico y mantenimiento del equipo de oficina, entre otros”. (Araujo, 2013, pág. 109)

Estos gastos son destinados para la dirección y el funcionamiento de la empresa, es por eso que son necesarios definirlos ya que dentro de ellos se destinan los salarios a los empleados, el alquiler del edificio, la papelería etc. Si el rendimiento es alto el gasto administrativo no representará un gasto mayor para la entidad.

Gráfico N° 21 Gasto Administrativo



Fuente: (Araujo, 2013)

Elaborado por: Las Autoras.

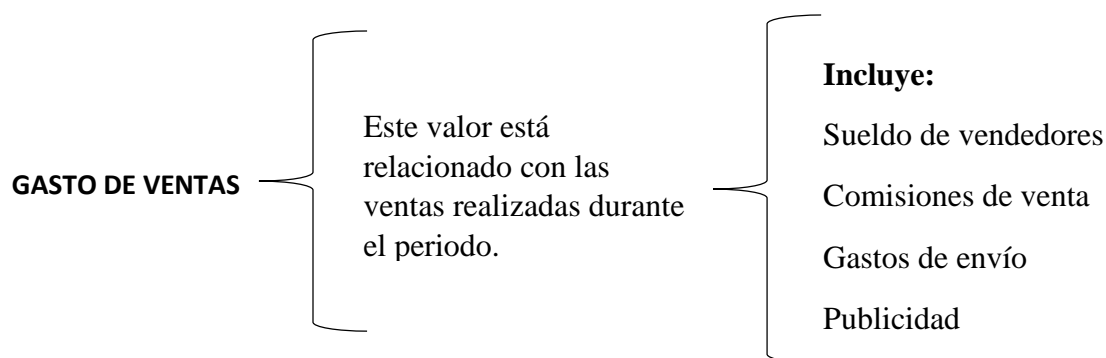
2.5.12 Gasto de venta

“Estas erogaciones incluyen el pago de comisiones a los agentes de venta, sus viáticos, materiales de promoción y publicidad, gastos de distribución, comunicaciones por teléfono,

télex, fax, etc., que son necesarios efectuar para promover y cerrar las operaciones de venta”. (Araujo, 2013, pág. 109)

Este rubro es necesario identificarlo para el uso de la empresa ya que tiene estrecha relación con las ventas realizadas, dentro de este se encuentra todos los medios necesarios para hacer llegar, el servicio a su destino.

Gráfico N° 22 Gastos de Venta



Fuente: (Araujo, 2013)

Elaborado por: Las Autoras.

2.5.13 Gasto financiero

“Estos gastos se refieren al pago de intereses sobre créditos presupuestados para el proyecto. La tasa de interés y las condiciones de pago dependen de la selección que se efectúe sobre diversas fuentes de recursos crediticios”. (Araujo, 2013, pág. 109)

Estos gastos son necesarios para el desarrollo de la empresa, ya que representan los intereses generados por las deudas o créditos que la entidad ha obtenido, por lo cual se encuentra en la obligación de pagar, ya que pueden ser quincenales, mensuales, trimestrales,

anuales, etc. Es decir dependiendo del tiempo que ha quedado la microempresa con los proveedores o las entidades financieras su pago.

2.6 ESTADOS FINANCIEROS

“Los estados financieros deben considerarse como un medio para comunicar información y no como un fin; su objetivo es proporcionar información sobre la situación financiera, los resultados de las operaciones, los flujos de efectivo y el movimiento en el capital contable de una entidad”. (Rodríguez, 2012, pág. 4)

Son documentos presentados de una manera estructurada, los cuales permiten reflejar la situación económica. Los estados financieros son de gran importancia ya que por medio de estos la empresa permitirá reflejar los ingresos o gastos que ha generado la entidad durante un determinado tiempo, además permiten revelar el rendimiento a los administradores de la entidad para la toma de decisiones futuras y adecuadas.

2.6.1 Estado de Situación Financiera

“Éste proporciona información tanto de los recursos que tiene la empresa para operar (también llamados activos) y las deudas y compromisos que tiene y debe cumplir (también denominados pasivos) como de la inversión que tienen los accionistas en la empresa, incluyendo las utilidades que no han retenido de ésta (llamada también capital contable)”. (Rodríguez, 2012, pág. 4)

En la empresa el Estado de Situación Financiera es de gran utilidad ya que es un informe que se presenta al terminar el ejercicio económico, en el cual nos detalla los activos con los que se podrá contar en los próximos años, de la misma manera indica los créditos

obtenidos, que serán cancelados en el futuro denominados pasivos. Además indica la rentabilidad que han obtenido los socios la terminar el periodo fiscal.

2.6.2 Estado de Resultados

“Este estado financiero presenta información sobre los resultados de una empresa en un periodo determinado, enfrentando a los ingresos, los costos y gastos en que se incurrieron para poder obtenerlos y calcular una utilidad o pérdida para ese periodo; muestra un resumen de los resultados de las operaciones de la empresa, si ganó o perdió durante el periodo en cuestión”. (Rodríguez, 2012, pág. 5)

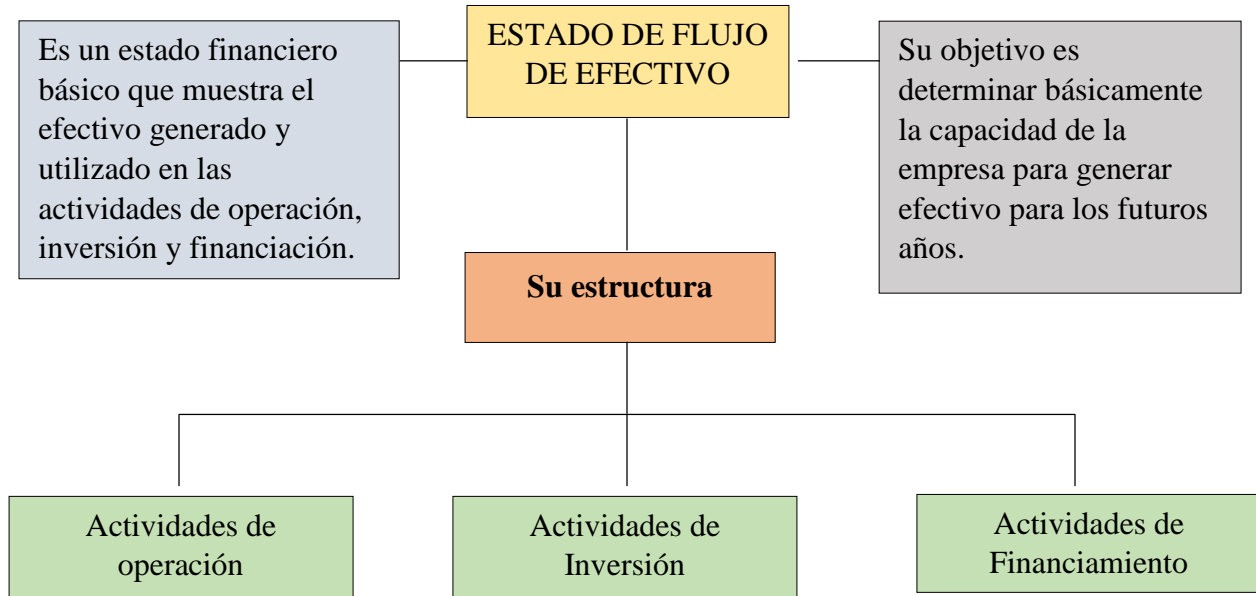
El Estado de Resultados o pérdidas y ganancias, son documentos importantes para la empresa ya que por medio de estos se representa de manera detallada y ordenada los ingresos que ha obtenido la entidad, así como también los gastos o egresos que se han realizado, los cuales permiten saber con exactitud si ha obtenido rentabilidad con la que contara en el próximo ejercicio o deudas que tendrán que ser derogadas a futuro.

2.6.3 Estado de flujos de efectivo

“Es un informe que desglosa los cambios en la situación financiera de un periodo a otro e incluye, de alguna forma, las entradas y salidas de efectivo para determinar el cambio en esta partida, el cual es un factor decisivo al evaluar la liquidez de un negocio”. (Guajardo & Andrade, 2014, pág. 49)

Es un estado financiero el cual permite reflejar la capacidad de la empresa para poder cubrir las obligaciones contraídas con terceras personas, y si será capaz de realizar sus proyectos, para esto es necesario realizar un análisis a las partidas del efectivo, de esta manera la entidad sabrá si la liquidez es estable o es necesario tomar nuevas decisiones a futuro.

Gráfico N° 23 Estado de Flujo de Efectivo



Fuente: (Guajardo & Andrade, 2014)

Elaborado por: Las Autoras.

2.7 EVALUADORES FINANCIEROS

2.7.1 Valor actual neto

“El valor actual neto mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

Si el resultado es mayor que 0, mostrará cuanto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa de retorno que se exigía al proyecto; si el resultado es igual a 0, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido; y si el resultado es negativo, muestra el monto

que falta para ganar la tasa que se desea obtener después de recuperar la inversión”.

(Sapag, 2011, pág. 300)

Este método ayuda a la microempresa a calcular o determinar el valor con que el que cuenta al inicio, el cual permitirá reflejar si se va a poder recuperar el monto inicial invertido. Además el Valor Actual Neto es de gran importancia para la toma decisiones al realizar una inversión a largo plazo ya que por este medio, se determina si la inversión del proyecto va a tener rendimiento o tendrá decrecimiento después de un determinado periodo que se encuentre ejecutándose.

2.7.2 Tasa interna de rendimiento

“La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r) que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión (negativos). En una forma alterna podemos decir que la TIR es la tasa que descuenta todos los flujos asociados con un proyecto a un valor de exactamente cero”.

(MARÍN, MATIEL, & KETELHÖRN, 2014, pág. 66)

La Tasa Interna de Rendimiento ayudará a la empresa, para conocer la rentabilidad que está generando el proyecto y las inversiones que se realizan a través de desembolsos para medir los ingresos.

2.7.3 Relación Beneficio-costos

“La relación beneficio-costos compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es 0, la relación beneficio costo es igual a 1. Si el VAN es

mayor que 0, la relación es mayor que 1, y si el VAN es negativo, esta es menor que 1”.

(Sapag, 2011, pág. 307)

Es una herramienta financiera la cual permitirá a la empresa medir la rentabilidad que obtendrá con el proyecto. El Beneficio-Costo indica si los costos que se están generando tienen similitud con el beneficio que se encuentra percibiendo, si el beneficio es mayor que el costo el proyecto está siendo rentable

2.7.4 Periodo de Recuperación

“Este indicador calcula el plazo en el cual los flujos de tesorería actualizados a la tasa de referencia igualan al valor de las inversiones actualizadas a esa misma fecha”. (Díaz, 2011, pág. 68)

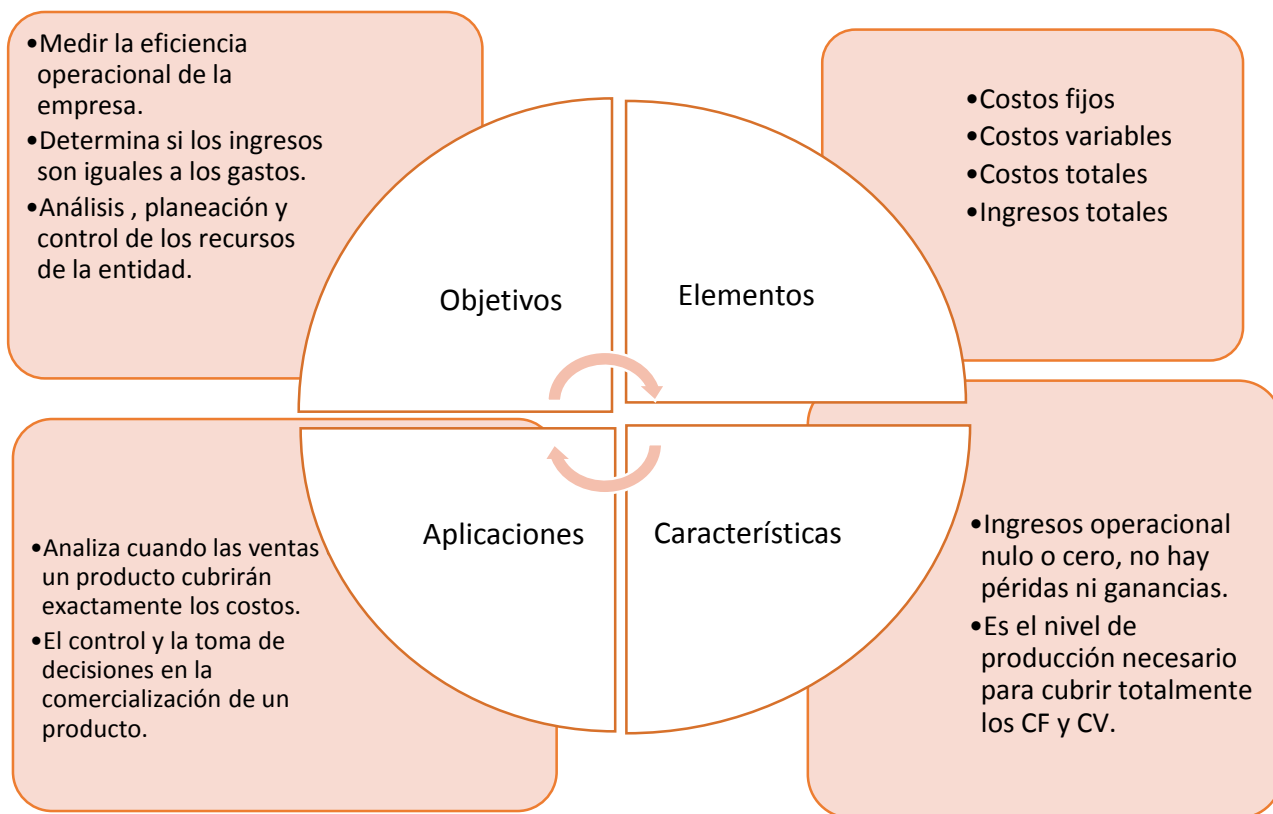
El Periodo de Recuperación ayudará a la empresa a calcular los años o el periodo que serán asignados al proyecto, para poder recuperar la inversión inicial, además es necesario para la toma de decisiones ya que mediante este se puede determinar la liquidez del proyecto como los riesgos que pueden producirse a corto plazo.

2.7.5 Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio es el margen de ventas donde la utilidad es igual a cero, o sea donde no se ha perdido nada, pero tampoco se ganó”. (Rincón, 2011, pág. 47)

Es una herramienta financiera que permitirá conocer los ingresos percibidos o producidos por la creación y elaboración del servicio, ya que si estos son iguales a los egresos que se han originado, el Punto de Equilibrio indica que la empresa no se encuentra ganando, tampoco perdiendo.

Gráfico N° 24 Punto de Equilibrio



Fuente: (Rincón, 2011)

Elaborado por: Las Autoras.

2.8 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y FUNCIONALES

2.8.1 Visión

“La visión de los negocios, la visión organizacional o incluso la visión del futuro se entiende como el sueño que la organización acaricia. Es la imagen de cómo se verá en el futuro. Es la explicación de por qué todos se levantan, todos los días, y dedican la mayor parte de su existencia al éxito de la organización en la que trabajan, invierten o donde hacen negocios”. (Chiavenato, 2011, pág. 77)

Esta definición es de gran importancia ya que por medio de la visión la oempresa se proyectara para un futuro, además representa el sacrificio que será puesto por parte de todos sus trabajadores de para que sus ideales se lleve a cabo día tras día. Siendo necesario que todos los que conforman la sociedad trabajen conjuntamente sin importar los tropiezos o sacrificios que se tenga que pasar con el fin de convertirlos en realidad.

2.8.2 Misión

“La misión de la organización es la declaración de su propósito y alcance, en términos de productos y mercados, y responde a la pregunta: “¿Cuál es el negocio de la organización?”. Se refiere a su papel en la sociedad donde actúa y explica su razón de ser o de existir. La misión de la organización se debe definir en términos de satisfacción de alguna necesidad del entorno externo y no en términos de la oferta de un producto o servicio”. (Chiavenato, 2011, pág. 73)

La misión es la justificación del porqué de la creación o la apertura de la empresa, es aquí donde se define la razón de sus actividades, el sector al cual será dirigido el servicio, los impactos positivos que ofrecerá y tendrá dentro de la sociedad, la manera en que se desenvolverá para diferenciarse de su competencia, y la razón de cómo ayudará a sus consumidores.

2.8.3 Principios

“Son los ideales eternos que sirven de guía e inspiración a todas las generaciones futuras, de las personas que están dentro de la organización. Los principios hablan de todo aquello en lo que no se está dispuesto a transigir, como la ética y la honestidad”. (Chiavenato, 2011, pág. 79)

2.8.4 Valores

“Los valores se vinculan con las actitudes, debido a que constituyen una forma de organizar. Se definen como el conjunto de gustos, desagrados, puntos de vista, deberes, inclinaciones internas, juicios racionales e irracionales, perjuicios y patrones de asociación que determinan la visión del mundo que tiene una persona”. (Gibson, Ivancevich, Donnelly, & Konopaske, 2011, pág. 102)

Los principios y los valores son las normas o reglas que serán implementados en la empresa, los cuales deberán ser respetados todos los que pertenezcan a la misma ya que estos serán sus parámetros que ayudan para saber hasta dónde puede llegar. Además ayudarán a saber cómo deberán comportarse frente a las circunstancias que se enfrentan en sus actividades dentro de la entidad.

2.8.5 Estructura orgánica

“Descripción ordenada de las unidades administrativas de una organización en función de sus relaciones de jerarquía.

Esta descripción debe corresponder a la representación gráfica en el organigrama, tanto en lo referente al título de las unidades administrativas como a su nivel jerárquico de adscripción. Conviene codificarla en forma tal que sea posible visualizar con toda claridad los niveles de jerarquía y las relaciones de dependencia”. (FRANKLIN FINCOWSKY, 2013, pág. 198)

Por medio de la estructura orgánica la empresa podrá organizar sus jerarquías desde el cargo mayor hasta el menor, así sus trabajadores sabrán con exactitud de quien deben recibir órdenes, es decir por medio de este las unidades administrativas se encontraran

ordenadas, divididas y coordinadas sus actividades relacionadas entre los dueños y sus subordinado.

2.8.6 Organigrama

“Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una organización o bien de alguna de sus áreas, que muestra que unidades administrativas integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría”. (FRANKLIN FINCOWSKY, 2013, pág. 198)

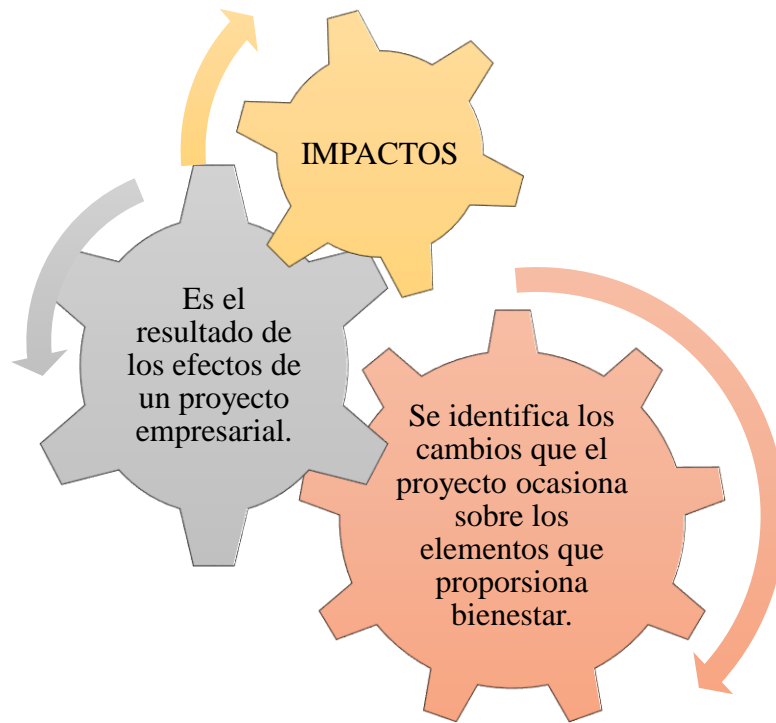
Un organigrama será de gran ayuda a la empresa ya que es aquí donde las estructuras departamentales serán representadas gráficamente, es decir hacer un esquema sobre las relaciones jerárquicas cumpliendo con su rol de información ofreciendo datos sobre las características de la entidad.

2.8.7 Impactos

“Un impacto es el resultado de los efectos de un proyecto empresarial. En la evaluación económica interesan los impactos que reflejan la contribución del proyecto al bienestar socio-económico. Se identifican los cambios que el proyecto ocasiona sobre los elementos que proporcionan bienestar: el consumo actual y futuro de bienes, servicios y bienes meritorios”. (Arboleda, 2013, pág. 398)

Es aquí donde se determinara el impacto que tendrá la microempresa que puede llegar hacer positivo o negativo, es por eso que aquí se podrá determinar los efectos posibles que el proyecto puede generar al buscar una rentabilidad económica.

Gráfico N° 25 Impactos



Fuente: (Arboleda, 2013)

Elaborado por: Las Autoras.

Conclusión

Este capítulo es de gran importancia para el proyecto, ya que aquí se estudiará las bases científicas que serán utilizadas para el desarrollo del estudio de factibilidad.

Además es una herramienta para el estudio de las definiciones teóricas, las mismas que nos indicarán a donde está encaminada la microempresa, los posibles problemas que se pueden presentar en el transcurso del tiempo y permitirá interpretar los resultados que se obtendrá en el estudio de factibilidad, es decir el marco teórico establece ejes básicos para saber de dónde se parte y a dónde va la microempresa.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

El estudio de mercado constituye una herramienta fundamental para determinar la pre factibilidad del proyecto, se centra básicamente en estudiar aspectos relevantes como la oferta, demanda, el servicio, precio, canales de comercialización entre otros.

El presente estudio de mercado es de vital importancia ya que permitirá establecer las posibilidades de éxito de venta del servicio de asesoría, planificación y organización de eventos sociales en el Cantón Cayambe, así como también comprender las necesidades, gustos y preferencias de los posibles clientes y las estrategias de los competidores, con el fin de mantener la satisfacción de los clientes y lograr la preferencia.

Para el desarrollo de este capítulo, se elaboraron herramientas que permitirán recolectar datos, aplicando encuestas a los habitantes del Cantón Cayambe, para medir el grado de aceptabilidad del servicio.

Es necesario estudiar el comportamiento de la demanda para determinar factores como la plaza, precio, promoción, así como también es importante tomar en cuenta el comportamiento de la oferta, para establecer la demanda insatisfecha y el grado de acogida del servicio a comercializar.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Realizar el estudio de mercado, mediante la identificación y análisis de la oferta, demanda, precio, plaza, promoción y publicidad con el propósito de determinar la demanda insatisfecha y las características del servicio.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Conocer el comportamiento del servicio dependiendo de los requerimientos que exige el mercado.
- Identificar la demanda potencial del proyecto
- Establecer la oferta del servicio e identificar a qué mercado está enfocado.
- Establecer el precio del servicio que se va a brindar.
- Elaborar estrategias de comercialización que permitan difundir el servicio y así lograr su posicionamiento en el mercado.

3.2.3 Variables

- Servicio
- Demanda
- Oferta
- Precio
- Comercialización

3.2.4 Indicadores

Tabla N° 9 Indicadores

VARIABLES				
SERVICIO	DEMANDA	OFERTA	PRECIO	COMERCIALIZACIÓN
INDICADORES				
Satisfacción del cliente.	Tamaño de la demanda.	Crecimiento del mercado.	Fijación de precios.	Estrategias de ventas.
Características del servicio.	Hábitos de consumo.	Volumen de ventas.	Forma de pago.	Políticas de comercialización.
Calidad del servicio.	Nivel de aceptación del nuevo servicio.	Identificar los competidores.	Descuentos.	Publicidad.
Productos complementarios.	Frecuencia de compra.	Tipo de mercado.	Paquetes.	Punto de oferta del servicio.
	Poder adquisitivo de la población.			Promociones.

Fuente: Formulación de Variables e Indicadores

Elaborado por: Las Autoras

3.3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Tabla N° 10 Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTE
Conocer el comportamiento del servicio dependiendo de los requerimientos que exige el mercado.	Servicio	Satisfacción del cliente Características del servicio Calidad del servicio Productos complementarios	Primaria	Encuesta
Identificar la demanda potencial del proyecto	Demanda	Tamaño de la demanda Hábitos de consumo Nivel de aceptación del nuevo servicio Frecuencia de compra Poder adquisitivo de la población Crecimiento del mercado	Primaria	Encuesta
Establecer la oferta del servicio e identificar a qué mercado está enfocado.	Oferta	Volumen de ventas Identificar los competidores Tipo de mercado	Primaria	Entrevista
Establecer el precio del servicio que se va a brindar.	Precio	Fijación de precios Formas de pago Descuentos Paquetes	Primaria	Encuesta
Elaborar estrategias de comercialización que permitan difundir el servicio y así lograr su posicionamiento en el mercado.	Comercialización	Estrategias de venta Políticas de comercialización Publicidad Punto de oferta del servicio Promociones	Primaria	Encuesta

Fuente: Formulación de Objetivos, Variables e Indicadores

Elaborado por: Las Autoras

3.4 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

3.4.1 Características

La organización de eventos sociales es una tarea compleja debido a que se deben considerar una variedad de detalles, por tal razón la finalidad de la microempresa es optimizar el tiempo y los recursos del cliente para que disfrute del antes y después del evento, ofreciendo varios paquetes los cuales estén acorde a los deseos y a las especificaciones de cada cliente, brindando así un servicio innovador y personalizado.

Para que un evento social tenga éxito es importante tener presente diferentes aspectos como: la decoración ya que de ésta dependerá que los invitados tengan una buena impresión del evento, la música es otro aspecto fundamental debido a que permite a la gente sentirse a gusto y relacionarse entre sí.

La selección del menú es imprescindible, por lo que debe estar adaptado a los diferentes eventos tomando en cuenta la hora y el lugar en el que se realice. Siempre es necesario contar con la opinión de un experto que ofrezca profesionalismo y calidad.

3.4.2 Ventajas

El Cantón Cayambe no cuenta con empresas que se dediquen a la organización de eventos sociales, facilitando el posicionamiento en el mercado de la microempresa, ofreciendo varios servicios complementarios, los mismos que serán creativos e innovadores superando las expectativas de los clientes.

- Asesoría integral durante todo el evento
- Servicio de buffet
- Coctelería

- Hora loca
- Carroza para el homenajado
- Cámara de humo
- Cámara de burbujas
- Maestro de ceremonias
- Personal de protocolo
- Juegos pirotécnicos
- Maquillistas para el homenajado
- Equipos de proyección

3.5 Segmentación del mercado

La segmentación del mercado permite identificar a los posibles consumidores, determinando las necesidades, gustos y preferencias que se requieren satisfacer con la introducción del nuevo servicio, el cual será dirigido por expertos para cumplir con las exigencias y expectativas de los clientes.

“La población económicamente activa del Cantón corresponde a 45110 personas, de las cuales la microempresa pretende dirigirse únicamente a la población urbana, en edades comprendidas entre 20 – 65+ años, datos proyectados en base a los boletines del INEC”.
(Inec, 2010)

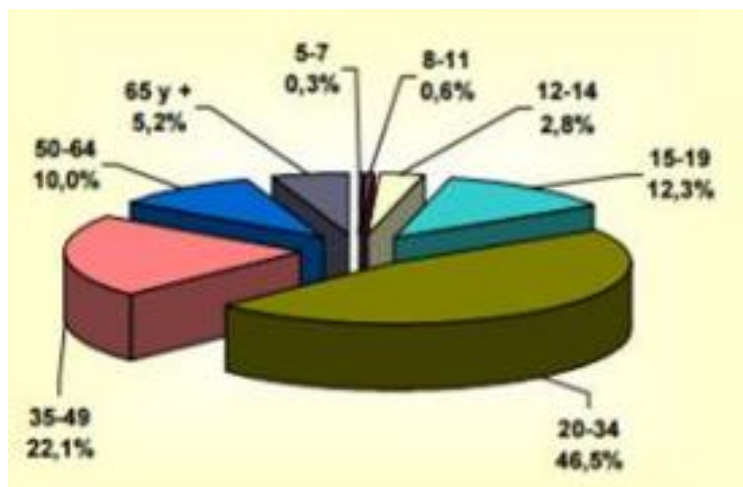
Tabla N° 11 Proyección de la población económicamente activa

POBLACIÓN	AÑO 2010	PROYECCIÓN 2016
HOMBRES	22,229	25,464
MUJERES	17,151	19,646
TOTAL	39,380	45,110

Fuente: INEC 2010
Elaborado por: Las Autoras

Para el cálculo de la proyección se utilizó el porcentaje de crecimiento poblacional obtenido por el INEC que corresponde a 2,29% para cada uno de los años.

Gráfico N° 26 Población Económicamente activa por grupos de edad



Fuente: INEC 2010

Por lo tanto, del total de la población económicamente activa (45110) se restó la población que no está en edad de trabajar, además se segmentó únicamente a la población urbana, dando como resultado 17.241 personas a las cuáles la microempresa se dirigirá.

“El Cantón Cayambe cuenta con 22 fincas certificadas, de las cuáles la microempresa pretende dirigirse a 8 florícolas que cuentan con un promedio de 25 hectáreas cada una, tomando en cuenta que por cada hectárea laboran 10 trabajadores y cada finca tiene un aproximado de 20 personas en el área administrativa, es decir la microempresa se dirigirá a 2.160 personas”. (Expoflores, 2016).

Por lo tanto la segmentación de mercado del proyecto es de 19,401 personas.

3.5.1 Variables del mercado

Con el fin de determinar adecuadamente la segmentación del mercado se han utilizado las siguientes variables:

a) Geográficas

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Pichincha

Cantón: Cayambe

Sector: Urbano.

b) Demográficas

Edad: 20 – 65 años

Género: Hombre / mujer

Nacionalidad: Ecuatoriana

Étnia: Mestizos

c) Psicográficas

El servicio será dirigido a las clases sociales media, media alta y alta, los mismos que tendrán el poder adquisitivo para cubrir y adquirir el servicio. La población del cantón Cayambe con el pasar del tiempo ha ido cambiando su ideología en varios aspectos, uno de ellos es el de organizar eventos sociales por lo que en la actualidad toman en cuenta diversos detalles que permitirán el éxito del mismo. El proyecto tratará de satisfacer las necesidades de los clientes en su totalidad para de esta manera la microempresa obtenga confianza y pueda posesionarse con mayor facilidad en el mercado.

d) **Conductual**

Esta variable es primordial en el estudio de la segmentación del mercado debido a que se espera que el servicio sea adquirido con frecuencia, generando un beneficio para las dos partes. El marketing y el precio son factores muy importantes a la hora de promocionar el servicio, debido a que los consumidores toman muy en cuenta estos dos aspectos al momento de contratar.

3.5.2 Mercado meta

El mercado objetivo de la microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales es amplio, partiendo de la organización de bodas, aniversarios, quince años, matrimonios, fiestas infantiles, bautizos, entre otros, la microempresa no se dirigirá únicamente a este tipo de mercado sino que también a brindar el servicio a seminarios, eventos culturales y empresariales.

El mercado meta al cual estará dirigido el proyecto es a la población económicamente activa urbana en edades comprendidas entre 20 y 65+ años del Cantón Cayambe, así como también a los trabajadores de varias florícolas.

Tabla N° 12 Mercado Meta

DESCRIPCIÓN	NÚMERO
PEA Urbana en edades productivas	17241
Trabajadores de florícolas	2160
TOTAL	19401

Fuente: Recolección de datos

Elaborado por: Las Autoras

3.6 Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Z^2 * \sigma^2}{e^2 (n - 1) + Z^2 * \sigma^2}$$

En donde:

n = Muestra

N = población

Z^2 = Nivel de Confianza

σ^2 = Probabilidad de ocurrencia de un evento

e^2 = Error

Aplicación

$$n = \frac{19401 * (1,96)^2 * (0,5)^2}{(0,05)^2 (19401 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)^2}$$

$$n = \frac{18632.7204}{49.4604} =$$

377

3.7 Técnicas e instrumentos

Con el objetivo de desarrollar esta investigación se requiere utilizar técnicas de investigación y recopilación de información que permitan determinar con mayor facilidad la oferta y la demanda.

Información primaria

3.7.1 Encuesta

La encuesta es una técnica de recolección de información, la misma que se realizará a la población económicamente activa urbana en edades comprendidas entre 20 y 60+ años del Cantón Cayambe con el objetivo de conocer los gustos y preferencias de los posibles clientes y así tratar de cubrir las necesidades de la demanda que se podrá evidenciar, también permitirá medir el grado de aceptación que tendrá la microempresa en el mercado.

3.7.2 Entrevista

La entrevista es una herramienta que facilita el diálogo con la posible competencia de la microempresa, para este estudio se realizó una entrevista al Sr. Andrés Olalles, quien es el propietario de la empresa “Disfraces Imperial”, la misma que se dedica al alquiler de vestidos, mantelería, vajilla, carpas y sillas, ésta tiene varios años en el mercado, siendo una referencia para el análisis de la oferta.

Además para determinar la demanda se realizó una entrevista al Sr. Eduardo López, gerente de operaciones de la florícola Sisapamba Rosas y Rosas, la misma que cuenta con 20 hectáreas de cultivo.

3.8 Tabulación y análisis de la información

3.8.1 Resultado de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Cayambe, provincia de Pichincha.

1. ¿La creación de una microempresa de organización de eventos sociales la identifica como?

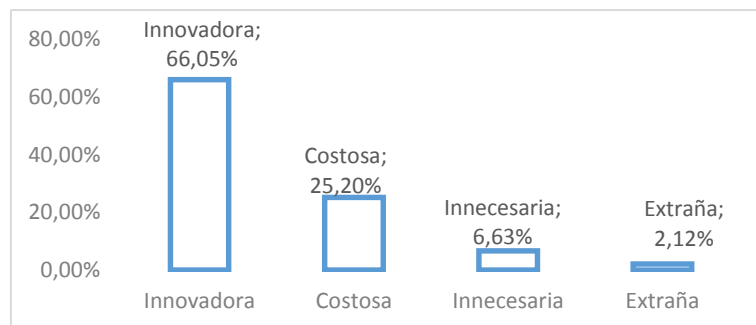
Tabla N° 13 Identificación de la microempresa

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Innovadora	249	66,05 %
Costosa	95	25,20 %
Innecesaria	25	6,63 %
Extraña	8	2,12 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 27 Identificación de la Microempresa



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: Se determinó que la mayor parte de la población representada por el 66% considera que la creación de una microempresa de organización de eventos sociales como innovadora, por consiguiente existirá gran aceptación y acogida en el mercado, mientras que el 2% de la población encuestada opina que es extraña, convirtiéndose en una limitante para el servicio es por eso que la microempresa se dará a conocer antes de la apertura.

2. ¿Con que frecuencia asiste a eventos sociales?

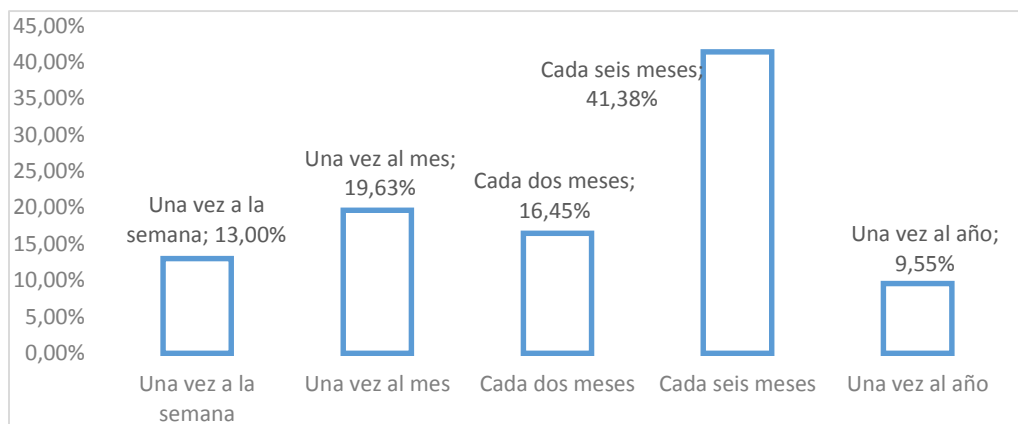
Tabla N° 14 Asistencia a eventos sociales

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez a la semana	49	13,00%
Una vez al mes	74	19,63 %
Cada dos meses	62	16,45 %
Cada seis meses	156	41,38 %
Una vez al año	36	9,55 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 28 Asistencia a eventos sociales



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: De los datos obtenidos por medio de la encuesta realizada a los habitantes del Cantón Cayambe en relación a la asistencia a eventos sociales, se determinó que un 41% acuden cada seis meses, lo que muestra un índice aceptable, siendo aspecto positivo para la microempresa, mientras que un 10% asisten a eventos sociales una vez al año o menos. Esta pregunta es de utilidad para el estudio del proyecto ya que permite saber con qué frecuencia las personas asisten a un evento social.

3. ¿Conoce usted de alguna empresa que se dedique a la asesoría, organización y planificación de eventos sociales a nivel local?

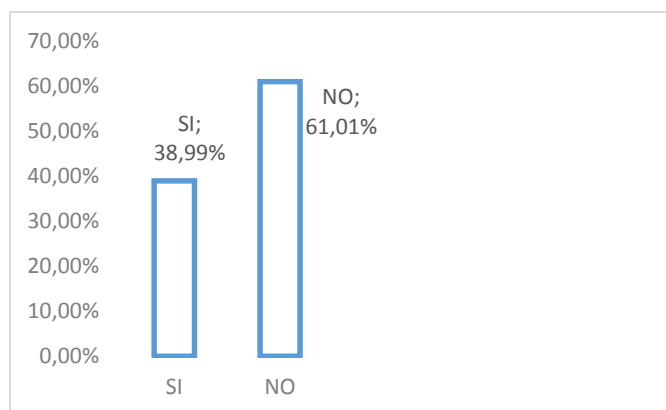
Tabla N° 15 Competencia

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	147	38,99 %
NO	230	61,01 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 29 Competencia



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: De la investigación realizada a través de la encuesta se determinó que el 61% de la población del Cantón Cayambe no conocen o no están al tanto de una empresa similar que brinde asesoría, organización y planificación de eventos sociales a nivel local, lo cual permite a la microempresa posicionarse con mayor facilidad en el mercado, mientras que el 39% de los habitantes si conocen de alguna organización dedicada a eventos sociales. Esta pregunta será utilizada para saber si el proyecto cuenta con o tiene competencia directa en el Cantón Cayambe.

4. ¿Cuál sería el motivo principal para no realizar un evento social?

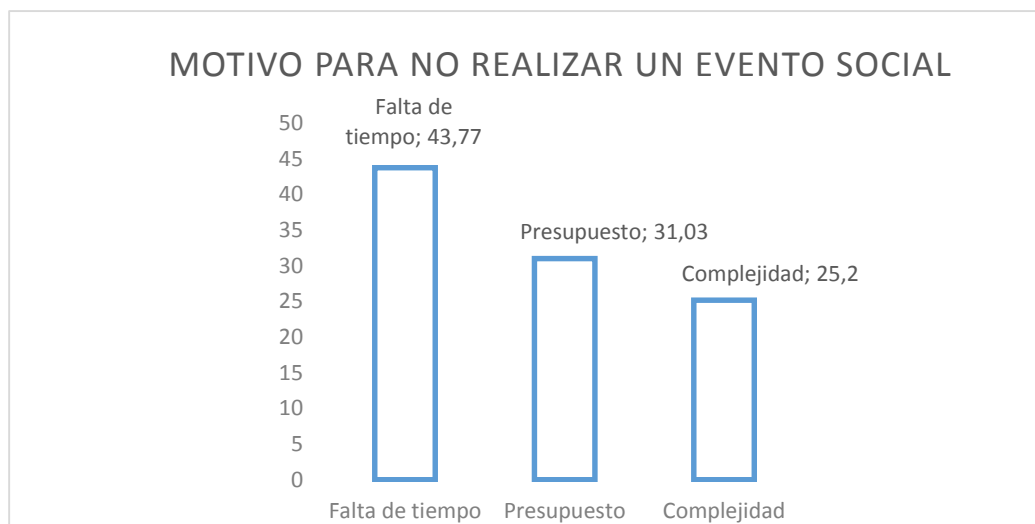
Tabla N° 16 Motivo para no realizar un evento social

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de tiempo	165	43,77 %
Presupuesto	117	31,03 %
Complejidad	95	25,20 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 30 Motivo para no realizar un evento social



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: Mediante la encuesta realizada se determinó que un el 44% de los habitantes no organizan eventos sociales, debido a la falta de tiempo, mientras que un 25% es por la complejidad al momento de planificarlo o elaborarlo, esta información es de mucha ayuda para el proyecto ya que le permitirá a la microempresa ofrecer diversas alternativas para la comodidad de sus clientes.

5. ¿Desearía que exista en el mercado un servicio innovador de asesoría, organización y planificación de eventos sociales a nivel local?

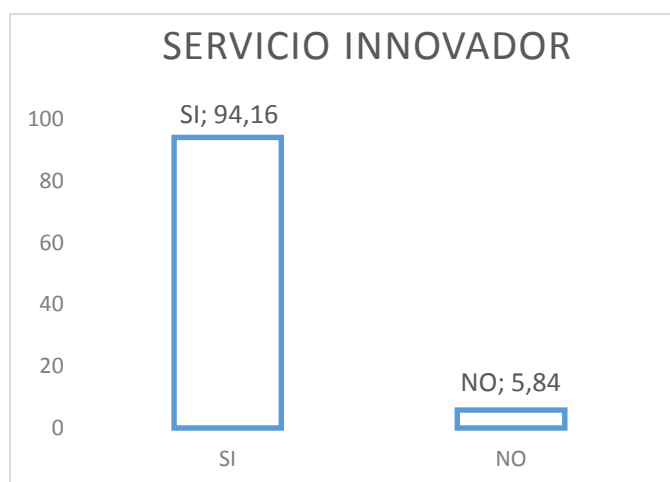
Tabla N° 17 Servicio Innovador

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	355	94,16%
NO	22	5,84 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 31 Servicio Innovador



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: A través de los datos obtenidos se determinó que un 94% de la población del Cantón si desearían que exista en el mercado un servicio innovador de asesoría, organización y planificación de eventos sociales a nivel local, permitiendo a la microempresa saber que si existirá un alto grado de aceptación, mientras que el 6% no están de acuerdo, para esto el proyecto tendrá que realizar alternativas novedosas, y así de esta manera obtener más clientes para poder posicionarse en el mercado a la medida que pasa el tiempo.

6. ¿Estaría usted dispuesto a contratar los servicios de una microempresa para que organice sus eventos?

En caso de que su respuesta sea negativa, conteste la pregunta 8

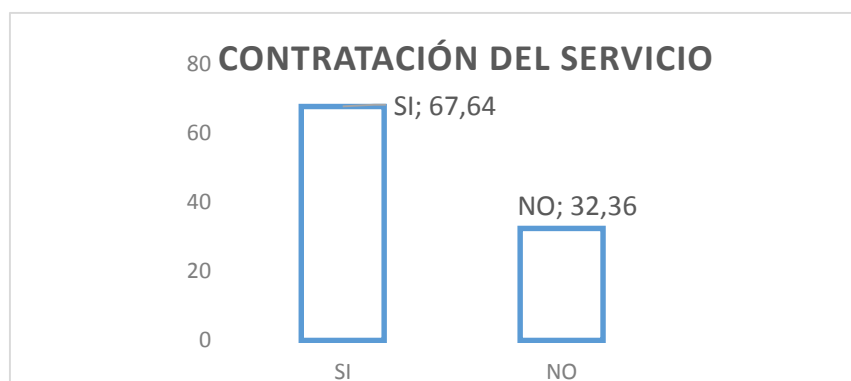
Tabla N° 18 Contratación del Servicio

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	255	67,64 %
NO	122	32,36 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 32 Contratación del Servicio



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: Se determinó que el 68% de los habitantes del Cantón Cayambe sí estarían dispuestos a contratar los servicios de una microempresa para que organice sus eventos sociales, mientras que un 32% de la población no lo están, esta información es muy importante para la ejecución del proyecto ya que permitirá elaborar estrategias, paquetes y promociones que estén al alcance de todas las personas con el fin de cubrir con las expectativas del mínimo porcentaje que no desea contratar.

7. ¿Cuál de los siguientes paquetes estaría usted dispuesto a contratar al momento de organizar su evento social?

Tomando en cuenta que los tres paquetes contarán con: decoración del lugar, buffet, meseros, mantelería, vajilla, cristalería, sonido, equipo de luces, maestro de ceremonias.

Paquete 1: ()	Paquete 2: ()	Paquete 3: ()
	Artista en vivo	Artista en vivo
Cámara de humo	Cámara de humo	Cámara de humo
50 fotografías	Cámara de burbujas	Cámara de burbujas
Equipo de proyección	75 fotografías	100 fotografías + video
Menú	Hora loca	Juegos pirotécnicos
• Entrada	Equipo de proyección	Hora loca
• Plato fuerte	Menú	Equipo de proyección
• Postre	• Coctel	Menú
	• Entrada	• Coctel
	• Consomé	• Entrada
	• Plato fuerte	• Cremas
	• Postre	• Plato fuerte
	• Torta	• Postre
		• Torta y helado

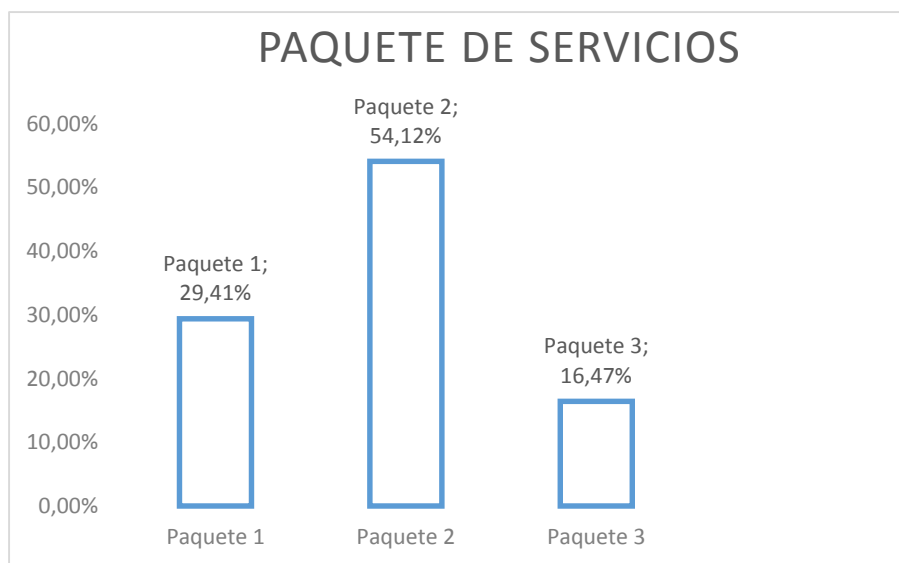
Tabla N° 19 Paquete de servicios

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paquete 1	75	29,41%
Paquete 2	138	54,12%
Paquete 3	42	16,47%
TOTAL	255	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 33 Paquete de servicios



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: A través de la encuesta realizada se aprecia que el 54% de la población prefiere el paquete dos y el 16% de personas prefieren el paquete número tres, esto permitirá a la microempresa utilizar esta información para saber que paquete tiene mayor acogida por parte de los habitantes del Cantón Cayambe y además utilizará esta información para tener una base de datos de los gustos y preferencias de sus clientes.

8. ¿Alguna vez usted ha contratado algún servicio de fiestas y eventos en el Cantón?

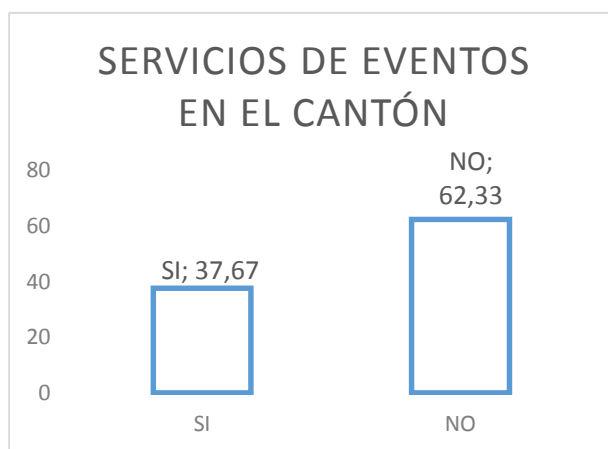
Tabla N° 20 Servicios de eventos sociales en el Cantón

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	142	37,67 %
NO	235	62,33 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 34 Servicios de eventos en el Cantón



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: En el cuadro estadístico podemos apreciar que el 62% de los encuestados no han contratado servicios de una microempresa para que organice sus eventos sociales, pero el 38% si han recibido ayuda de profesionales de otras ciudades en el momento de la elaboración de su evento, este dato es de utilidad para saber que las personas aún no conocen de este tipo de servicio, para lo cual el proyecto elaborará estrategias para poder llegar a todos los habitantes y de esta manera facilitar la planeación de los eventos sociales.

9. ¿Qué tipo de evento usted organiza con mayor frecuencia?

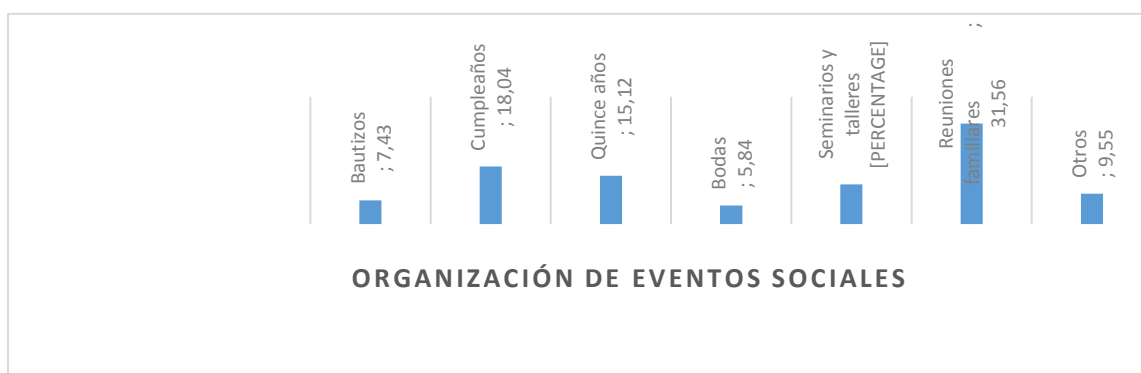
Tabla N° 21 Organización de eventos sociales

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bautizos	28	7,43
Cumpleaños	68	18,04
Quince años	57	15,12
Bodas	22	5,84
Seminarios y talleres	47	12,47
Reuniones familiares	119	31,56
Otros	36	9,55
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 35 Organización de eventos sociales



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: A través de este análisis se concluye que el 32% de la población encuestada organiza reuniones familiares con mayor frecuencia, seguido de los muy concurridos cumpleaños y un 6% de habitantes respondieron que celebran bodas. Esta información es de mucha ayuda para el proyecto ya que permitirá enfocarse y poner más énfasis en estos dos tipos de eventos, ofreciendo promociones y paquetes que se ajusten a cada uno de los requerimientos de los clientes.

10. ¿Con que frecuencia realiza usted un evento?

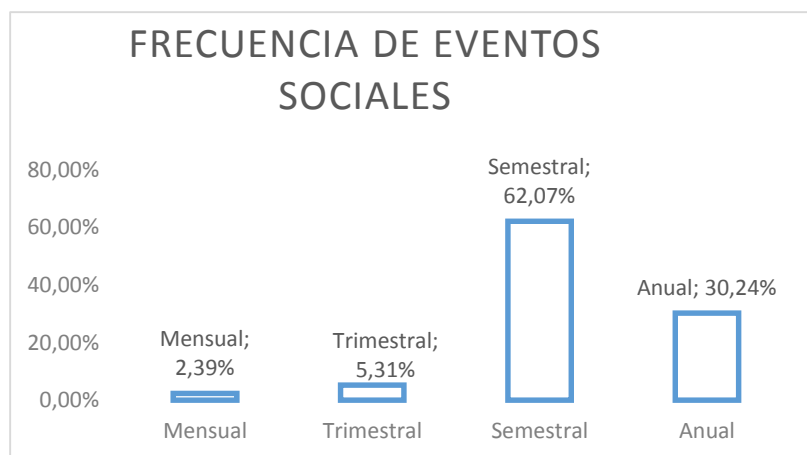
Tabla N° 22 Frecuencia de eventos sociales

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	9	2,39 %
Trimestral	20	5,31%
Semestral	234	62,07%
Anual	114	30,24 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 36 Frecuencia de eventos sociales



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: Se determinó que un 62% de la población encuestada organiza diferentes tipos de eventos sociales de manera semestral mientras que el 2% de las personas organiza mensualmente. Este análisis permite determinar la afluencia que tendrá anualmente la microempresa, así como también tener una visión general de los ingresos anuales que ayuden a cubrir los costos totales.

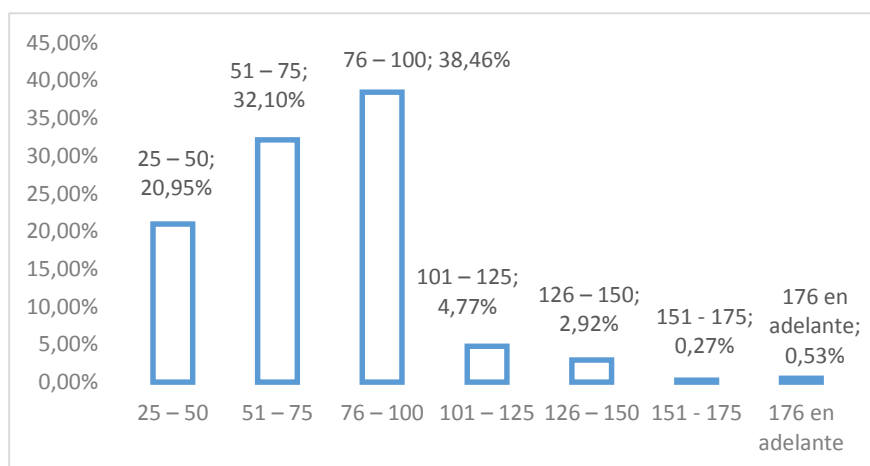
11. ¿Cuál es el número de personas que usted normalmente invita a sus eventos?

Tabla N° 23 Número de personas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
25 – 50	79	20,95 %
51 – 75	121	32,10 %
76 – 100	145	38,46%
101 – 125	18	4,77 %
126 – 150	11	2,92 %
151 – 175	1	0,27 %
176 en adelante	2	0,53 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 37 Número de personas



Fuente: Datos de la Investigación
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: Se aprecia que el 38% de la población encuestada normalmente invita un promedio de 88 personas a sus eventos sociales, mientras que el 1% indica que invitan un promedio de 163 personas, esta información representa un aspecto positivo para el proyecto ya que ayuda al análisis de la demanda y la empresa podrá tener una visión más amplia de cuántos eventos estará en capacidad de cubrir.

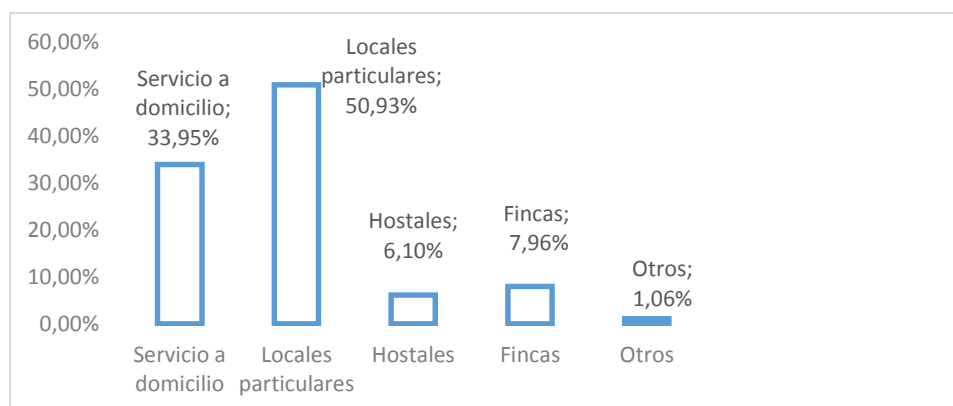
12. ¿Si usted contratara este servicio en qué lugar le gustaría que se lleve a cabo su evento social?

Tabla N° 24 Lugar de realización del evento

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio a domicilio	128	33,95 %
Locales particulares	192	50,93 %
Hostales	23	6,10 %
Fincas	30	7,96 %
Otros	4	1,06 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 38 Lugar de realización del evento



Fuente: Datos de la Investigación
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: Mediante este estudio se concluye que el 51% de la población encuestada le gustaría que se realice sus eventos sociales en locales particulares y únicamente el 1% desearían que se realice su evento en otros, en el cual manifiestan que se refieren a discotecas y bares. Esta información es de gran importancia para el proyecto porque ayuda a tomar la decisión de con quién se debería realizar alianzas estratégicas.

13. ¿Qué servicios complementarios le gustaría que se le ofrezca al momento en que se organice su evento social?

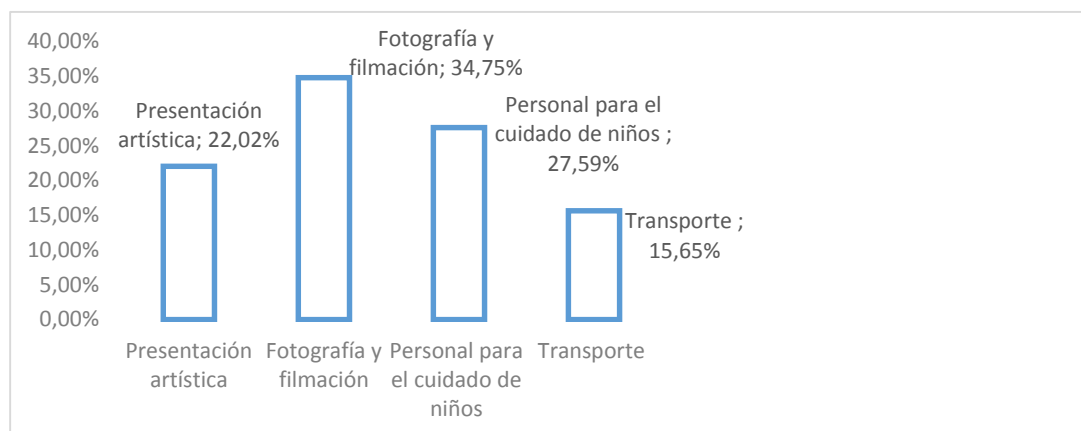
Tabla N° 25 Servicios complementarios

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Presentación artística	83	22,02 %
Fotografía y filmación	131	34,75 %
Personal para el cuidado de niños	104	27,59 %
Transporte	59	15,65 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 39 Servicios complementarios



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: En el cuadro estadístico se aprecia que el 35% de la población encuestada le gustaría que se ofrezca como servicio complementario fotografía y filmación, y el 16% prefieren el servicio de transporte para los invitados, esta información es útil ya que permite conocer el servicio complementario que desea el cliente con el fin de cubrir las expectativas del mismo, así como también realizar convenios con profesionales para trabajar conjuntamente.

14. .- ¿Qué cantidad de dinero está dispuesto a pagar por invitado al momento de contratar el servicio?

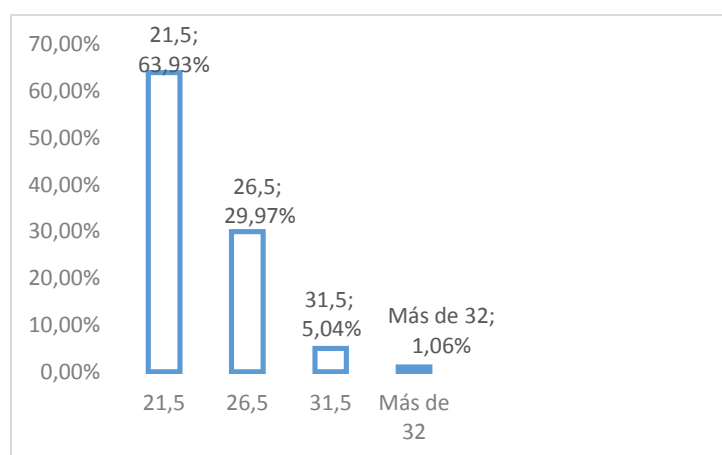
Tabla N° 26 Cantidad de dinero

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
19 – 24	241	63,93 %
24 – 29	113	29,97 %
29 – 34	19	5,04 %
Más de 32	4	1,06 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 40 Cantidad de dinero



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: Con respecto a esta pregunta se determinó que el 64% de la población encuestada está dispuesto a pagar por invitado un promedio de 20 dólares, mientras que el 1% de los habitantes están en capacidad de pagar más de treinta dólares, este análisis nos permite determinar el grado de ingresos que la microempresa podrá obtener, así como también determinar los porcentajes de descuentos por número de invitado como estrategia de marketing.

15. - ¿Cuál de estas características es la más significativa que usted toma en cuenta al contratar un servicio de fiestas y eventos.

Servicio personalizado () Precio acorde a la categoría del servicio ()
 Creatividad para la realización de los eventos ()
 Responsabilidad en el cumplimiento del servicio ()

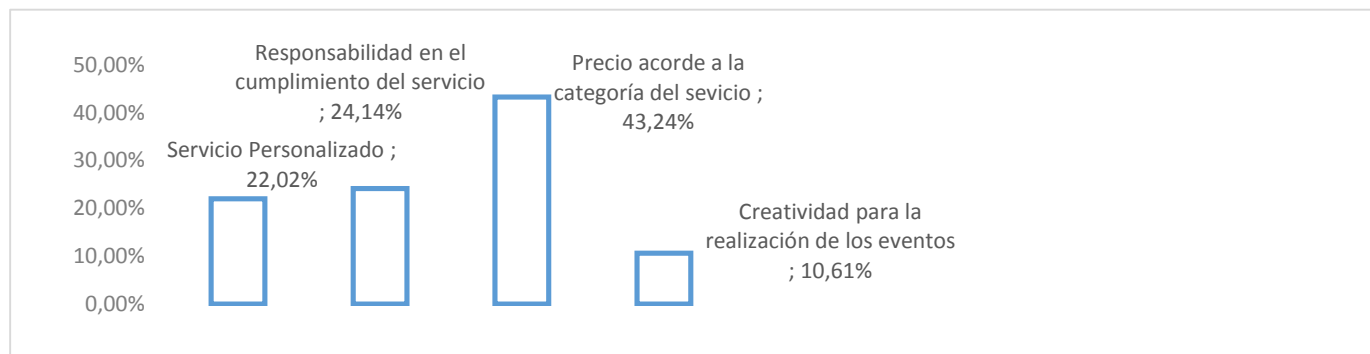
Tabla N° 27 Características del servicio

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio Personalizado	83	22,02%
Responsabilidad en el cumplimiento del servicio	91	24,14%
Precio acorde a la categoría del servicio	163	43,24%
Creatividad para la realización de los eventos	40	10,61%
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 41 Características del servicio



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: El 43% de la población toma en cuenta la población es el precio, el mismo que debe estar acorde del servicio y al poder adquisitivo de cada persona, mientras que el 11% no considera importante la creatividad para la realización de los eventos. Esta información será de gran apoyo para el proyecto ya que permitirá fijar correctamente el valor por cada uno de los paquetes que se pretende ofrecer.

16. ¿Mediante qué medio le gustaría informarse acerca del servicio que se va a ofrecer?

Redes Sociales () Publicidad ()
 Radio () Recomendación ()
 Otros () _____

Tabla N° 28 Medios de comunicación

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales	157	41.64%
Publicidad	96	25.46%
Recomendación	106	28.12%
Radio	15	3.98%
Otros	3	0.80%
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N° 42 Medios de comunicación



Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: El 42% de la población encuestada desearía conocer acerca del servicio por medio de redes sociales, las mismas que actualmente son las fuentes de información más frecuentadas, mientras que el 1% piensan en otros. Este análisis representa un punto favorable para la microempresa ya que pretende promocionarse por medio de una página web en la cual los posibles clientes podrán informarse detalladamente de los diferentes paquetes.

3.9 Demanda

La demanda es una de las fuerzas más importantes que influyen en la economía del mercado, representando el grado de aceptación que los consumidores están dispuestos a tener, tomando en cuenta su capacidad adquisitiva, con la finalidad de satisfacer sus deseos o sus necesidades.

El cantón Cayambe no cuenta con esta clase de microempresas es por ello que no se pudo determinar datos históricos que permitan conocer la frecuencia de contratación. Por lo tanto se determinó realizar una muestra de 377 encuestas a la población económicamente activa urbana del Cantón Cayambe, en base a cálculos realizados.

Haciendo referencia a dos de las preguntas realizada en la encuesta a los posibles clientes se logró identificar la demanda actual, la misma que se pretende satisfacer.

¿Estaría usted dispuesto a contratar los servicios de una microempresa para que organice sus eventos?

Tabla N° 29 Contratación del servicio

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	255	67,64 %
NO	122	32,36 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

¿Cuál de los siguientes paquetes estaría usted dispuesto a contratar al momento de organizar su evento social?

Tomando en cuenta que los tres paquetes contarán con: decoración del lugar, buffet, meseros, mantelería, vajilla, cristalería, sonido, equipo de luces, maestro de ceremonias.

Paquete 1: ()	Paquete 2: ()	Paquete 3: ()
Cámara de humo	Artista en vivo	Artista en vivo
50 fotografías	Cámara de humo	Cámara de humo
Equipo de proyección	Cámara de burbujas	Cámara de burbujas
Menú	75 fotografías	100 fotografías + video
• Entrada	Hora loca	Juegos pirotécnicos
• Plato fuerte	Equipo de proyección	Hora loca
• Postre	Menú	Equipo de proyección
	• Coctel	Menú
	• Entrada	• Coctel
	• Consomé	• Entrada
	• Plato fuerte	• Cremas
	• Postre	• Plato fuerte
	• Torta	• Postre
		• Torta y helado

Tabla N° 29 Paquete de servicios

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paquete 1	75	29,41%
Paquete 2	138	54,12%
Paquete 3	42	16,47%
TOTAL	255	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

De acuerdo a los datos que se obtuvo, se deduce que del total de la población encuestada, únicamente el 67,64% que representa a 13.123 personas están dispuestos a contratar el servicio de asesoría, planificación y organización de eventos sociales, por tal motivo este grupo de personas eligió el paquete que más cubría sus expectativas.

Por lo cual se obtuvo los siguientes datos:

Tabla N° 30 Preferencia de los paquetes

PAQUETES DE SERVICIOS	PORCENTAJE	POBLACIÓN
Paquete 1	29,41%	3859
Paquete 2	54,12%	7102
Paquete 3	16,47%	2161
TOTAL	100 %	13123

Dando así como resultado una demanda de 13.123 personas.

3.9.1 Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda se tomó en cuenta el porcentaje de crecimiento poblacional del Cantón, el mismo que es del 2,29% y fue obtenido del INEC. La proyección se realizará para 5 años a través de la siguiente fórmula.

$$D_{ph} = D_o (1 + i)^n$$

En donde:

D_{ph} = Demanda proyectada

D_o = Demanda inicial

i = índice de crecimiento poblacional

n = número de periodos

Datos:

Demanda inicial = 13.123 personas

Tasa de crecimiento poblacional = 2,29 %

Número de periodos = 5 años

Tabla N° 31 Demanda actual

Año	Demanda actual
2016	13.123

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 32 Proyección de la demanda

Años	Demanda Proyectada
Año base	13.123
2017	13.424
2018	13.731
2019	14.045
2020	14.367
2021	14.696

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

3.10 Oferta

3.10.1 Resultados de la entrevista

El cantón Cayambe no cuenta con empresas que se dediquen a la organización de eventos sociales como tal, pero existen personas que ofrecen distintos servicios independientes provocando así incomodidad y mayor tiempo para el cliente.

Para este análisis se ha visto necesario realizar una entrevista a una persona que ofrece servicios similares, la misma que cuentan con varios años de experiencia y

posicionamiento en el mercado, siendo así la posible competencia de la microempresa, tomando en cuenta aspectos que ayudara a determinar la oferta actual.

Debido a que no se cuenta con datos de la oferta histórica se hace en referencia a una de las preguntas realizadas en la entrevista

¿Cuál es el volumen de contratos que usted realiza mensualmente?

Tabla N° 33 Volumen de contratos

Empresa / Persona	Contratos Mensuales	Contratos Anuales	Promedio de personas	Número total de personas
Disfraces Imperial	4	48	25	1200
Megafiestas Frank	5	60	70	4200
TOTAL	9	108	95	5400

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

3.10.2 Oferta actual

En base a los datos obtenidos y aplicando los respectivos cálculos se obtiene que del total de la población económicamente activa urbana comprendida entre las edades de 20 y 65+ años del Cantón Cayambe y además con personas que trabajan bajo relación de dependencia en florícolas que corresponde a 19401 personas se cubre únicamente a 5400 personas atendidas por las empresas antes mencionadas.

Tabla N° 34 Oferta actual

Número de Personas	5400
---------------------------	-------------

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

3.10.3 Proyección de la oferta

En base a las entrevistas realizadas a las empresas más destacadas del Cantón Cayambe, las mismas que satisfacen a una población de 5400 se determinan la proyección de la oferta utilizando el porcentaje de crecimiento poblacional el mismo que corresponde al 2,29%.

Para el cálculo de la proyección de la oferta se utilizó la siguiente fórmula:

$$O = OO.(1 + i)^n$$

En donde:

O= Oferta proyectada

OO.= Oferta inicial

i = Tasa de crecimiento de la población

n= Número de periodos

Tabla N° 35 Oferta proyectada

AÑOS	OFERTA PROYECTADA
Año Base	5.400
2017	5.524
2018	5.650
2019	5.780
2020	5.912
2021	6.047

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

3.11 Balance Oferta – Demanda

Este análisis permite realizar un acercamiento a la demanda potencial de la organización de eventos sociales, ya que de esta manera se podrá apreciar el mercado que

está cubierto y el que se pretende cubrir, así como también el nivel de aceptación que tendrá la microempresa.

Tabla N° 36 Demanda potencial

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL
2016	13.123	5.400	7.723
2017	13.424	5.524	7.900
2018	13.731	5.650	8.081
2019	14.045	5.780	8.265
2020	14.367	5.912	8.455
2021	14.696	6.047	8.649

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

En este proyecto se puede determinar que la demanda actual corresponde a 13.123 personas, de las cuales 5.400 son atendidas por el mercado ya existente en el cantón, es decir que para cubrir el mercado en su totalidad es necesario dirigirse a 7.723 consumidores, la microempresa pretende cubrir un 70% de esta demanda que corresponde 5406 personas.

3.12 Fijación de Precios

Para la fijación de precios se tomó en cuenta varios aspectos importantes como:

- a. Oferta
- b. Demanda
- c. Rentabilidad para la microempresa
- d. Margen de utilidad

e. Costo unitario

El precio que se determinará estará acorde a las necesidades, gustos y preferencias que cada cliente desee satisfacer.

3.13 Sensibilidad de la investigación

La realidad de los mercados actualmente está sufriendo varios cambios, es por ello que es necesario estar en constante actualización de los gustos y preferencias de las personas, para tratar de satisfacer las necesidades y expectativas de la población, permitiendo así estar a la vanguardia de la competencia. También ayudará a determinar el nivel de competitividad de los mercados del Cantón Cayambe.

3.13.1 Servicio

En la actualidad la población atraviesa una etapa globalizada, es decir que cada día ingresan empresas con nuevas ideas generando así competencia, para poder desarrollarse en el mercado cada una de estas ofrecen sus servicios con un valor agregado o diferentes formas de distribuirlos para mayor facilidad de los consumidores.

Es por eso que la microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales, tiene como objetivo brindar un servicio único en el Cantón Cayambe considerando que la mejor forma de prestar su servicio es a través de la estructura de paquetes para mejor comprensión de los clientes y su plena satisfacción.

A continuación se detallará cada uno de los paquetes que estarán a la entera disposición de los posibles clientes.

Los tres paquetes contarán con: decoración del lugar, buffet, meseros, mantelería, vajilla, cristalería, sonido, equipo de luces, maestro de ceremonias.

PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3
Cámara de humo	Artista en vivo	Artista en vivo
50 fotografías	Cámara de humo	Cámara de humo
Equipo de proyección	Cámara de burbujas	Cámara de burbujas
Menú	75 fotografías	100 fotografías + video
• Entrada	Hora loca	Juegos pirotécnicos
• Plato fuerte	Equipo de proyección	Hora loca
• Postre	Menú	Equipo de proyección
	• Coctel	Menú
	• Entrada	• Coctel
	• Consomé	• Entrada
	• Plato fuerte	• Cremas
	• Postre	• Plato fuerte
	• Torta	• Postre
		• Torta y helado

3.13.2 Promoción

La promoción es una de las herramientas de marketing más utilizadas, para este caso se realizará una serie de estrategias que ayudarán a dar a conocer acerca de los servicios que ofrece la microempresa.

- Se realizará catálogos en los cuales los clientes pueden verificar la creatividad y la logística de los eventos que se han realizado.
- Se obsequiará un detalle para el homenajeado.
- En el caso de que el contrato supere las 100 personas se realizará un descuento en el servicio.
- Se pondrá a disposición de los clientes varios servicios complementarios, los mismos que dependiendo del tamaño del evento, no tendrá ningún costo adicional.

- Para promover la contratación del servicio de asesoría, planificación y organización de eventos sociales se obsequiará 50 fotografías del evento, cuando el contrato sea realizado para un número superior a 100 personas.

3.13.3 Plaza

La microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales estará ubicado en el sector central de la Ciudad de Cayambe, la misma que es cabecera cantonal y es de fácil acceso a las distintas parroquias a las cuales también está dirigido el servicio.

La microempresa contará con una adecuada distribución de las áreas, de tal forma que el cliente pueda sentirse a gusto y pueda visualizar los diferentes accesorios que requiera en su evento.

3.13.4 Publicidad

- Para dar a conocer la imagen que tendrá la microempresa se utilizará el internet, el cual permitirá crear una página web donde se especificara los paquetes, precios, beneficios del servicio y la dirección de su localización para tener un acercamiento con el consumidor.
- Se contara con una página en Facebook para que las personas interesadas puedan comunicarse con mayor facilidad y resolver cualquier inquietud que tengan.
- Se realizarán cuñas radiales las cuales informarán las ventajas del servicio para que de esta manera el servicio tenga mejor difusión y acogida.

- Para que las personas tengan información destacada se imprimirá flyers o trípticos los cuales serán entregados en los alrededores del Cantón.

3.13.5 Precio

El análisis de precios, es un elemento importante para el estudio del proyecto, ya que por medio de este se determinará el valor monetario que tendrá el servicio, es por eso que se hará uso de la encuesta realizada a la población económicamente activa urbana del Cantón.

Se tomará en consideración una de las preguntas.

¿Qué cantidad de dinero está dispuesto a pagar por invitado al momento de contratar el servicio?

Tabla N° 37 Cantidad de dinero

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
19 – 24	241	63,93 %
24 – 29	113	29,97 %
29 – 34	19	5,04 %
Más de 32	4	1,06 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Obteniendo como resultado que los consumidores estarán dispuestos a contratar en un 63,93% el paquete 1, siendo el más aceptado un promedio 21,50 dólares por invitado al momento de contratar el servicio de asesoría, planificación y organización de eventos sociales.

Para el cálculo de la proyección del precio se tomó en consideración la tasa de inflación acumulada del mes de Septiembre del 2016, la misma que corresponde al 0,0119% según el dato proporcionado en el Banco Central del Ecuador.

Tabla N° 38 Precio

AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Precio 1	21,50	21,76	22,01	22,28	22,54	22,81
Precio 2	26,50	26,82	27,13	27,46	27,78	28,11
Precio 3	31,50	31,87	32,25	32,64	33,03	33,42

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016

Elaborado por: Las Autoras

Se puede apreciar que el precio por invitado al evento social varía desde 21,50 a 31,50 dólares, dependiendo del tipo de servicio que se va a ofrecer y del paquete que requiera el cliente.

3.14 CONCLUSIÓN

Luego del estudio se concluye que existe demanda insatisfecha, ya que un gran porcentaje de personas tienen la necesidad de buscar ayuda de asesoramiento, planificación y organización de eventos sociales para que sea realizado de una manera adecuada cubriendo con las exigencias y las expectativas del cliente, para esto se utilizó la encuesta la cual reveló resultados positivos, los mismos que ayudaron a despejar varias inquietudes acerca de la acogida y la magnitud que el servicio tendrá, garantizando así una factibilidad inicial del proyecto.

Para adquirir prestigio es necesario diseñar estrategias acordes a la población beneficiada por el proyecto, ya que de esto depende el fracaso y el éxito del mismo, se establecerá un precio que pueda ser competitivo con la oferta y que esté al alcance de todos los habitantes del Cantón.

La microempresa como estrategia principal de posicionamiento en el mercado será la excelente calidad del servicio que brindará a los clientes.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Presentación

La finalidad de este capítulo es analizar diferentes elementos importantes que ayuden al buen funcionamiento de la microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales en el Cantón Cayambe, para ello se determinó aspectos como: tamaño óptimo, ubicación, equipos, instalaciones, personal requerido, costos, gastos, tamaño de la inversión y fuentes de financiamiento. Estos elementos permitirán verificar la factibilidad técnica que tendrá el proyecto.

4.2 OBJETIVOS

4.2.1 Objetivo General

Elaborar un estudio técnico a través de la utilización de métodos de proyecciones financieras que permitan determinar el tamaño del proyecto, la macro y micro localización, la infraestructura y el talento humano necesarios para la buena implementación del proyecto.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar el lugar óptimo para el funcionamiento de la microempresa.
- Establecer la capacidad adecuada para el proyecto.
- Diseñar y distribuir las instalaciones con las que contará la microempresa.
- Identificar los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para el desarrollo del proyecto.
- Establecer el presupuesto de la inversión requerido por el proyecto.

4.3 Localización del proyecto

Es necesario determinar el lugar en el cual se ejecutará el proyecto, tomando en consideración varios aspectos como: alcantarillado, servicios básicos, existencia de mano de obra disponible, entre otros, los mismos que ayudarán al buen funcionamiento de la microempresa.

Para encontrar la mejor ubicación del proyecto es importante tomar en cuenta dos factores fundamentales como son: Macro y micro localización.

4.3.1 Macro localización

La microempresa estará situada en el Cantón Cayambe, al norte del Ecuador, al noreste de la Provincia de Pichincha. Se encuentra en una zona privilegiada ya que por aquí atraviesa la línea Ecuatorial.

Los límites del Cantón son:

Norte: Con la provincia de Imbabura

Sur: con el Distrito Metropolitano de Quito

Este: con la provincia de Napo y Sucumbíos

Oeste: con el cantón Pedro Moncayo.

El proyecto se encontrará en esta ubicación debido a que Cayambe cuenta con gran riqueza cultural y suficiente movimiento comercial, contando con gran afluencia de vendedores como compradores que realizan sus actividades comerciales.

MACROLOCALIZACIÓN

Gráfico N° 43 Macrolocalización



Fuente: cayambeturístico.blogspot.com

Elaborado por: Las autoras

4.3.2 Micro localización

El proyecto estará ubicado en el barrio central situado a tres cuadras del parque principal de Cayambe, contando con excelentes vías de acceso, servicios básicos, disponibilidad de mano de obra, medios de transporte y seguridad convirtiéndose en un lugar estratégico ya que los clientes podrán acceder fácilmente a la microempresa.

La microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales se encontrará en las calles Juan Montalvo y Calderón 1-46, en un local comercial el mismo que es de propiedad de la familia.

Gráfico N° 44 Micro localización

MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: Google maps

Elaborado por: Las autoras

4.4 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto abarca toda la actividad económica que realiza la microempresa, permite determinar la distribución física de la planta, así como también analizar los recursos que la microempresa necesita para su correcto funcionamiento, entre ellos están: el talento humano, tecnología, los requerimientos de mercadería, etc. Este estudio ayudará a utilizar eficaz y eficientemente los recursos que se tienen a disposición para la obtención del servicio requerido.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA 2D

Gráfico N° 45 Distribución de la planta 2D



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA 3D

Gráfico N° 46 Distribución de la planta 3D



Fuente: Investigación estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

4.5 Tamaño del proyecto

Con el objetivo de cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha existente en el mercado es necesario definir el tamaño óptimo del proyecto para ello se analizará varios factores determinantes como la mano de obra, el monto de inversión requerido, la capacidad instalada, la misma que se mide en unidades de producción del servicio, tratando de reducir los costos y estableciendo la rentabilidad que podría generar la microempresa.

4.5.1 Disponibilidad de Materiales e Insumos

Para la prestación de un buen servicio es necesario la compra de materiales e insumos de excelentes características, en las cantidades correctas y en precios adecuados. Entre los principales materiales e insumos que requiere la microempresa están: adornos, flores, globos, líquido para los dos tipos de cámaras: burbujas y de humo entre otros; los mismos que servirán para la decoración del evento y serán adquiridos fácilmente en la ciudad de Cayambe, se realizarán convenios con proveedores de ciudades cercanas al Cantón, como son Ibarra y Quito.

Tabla N° 39 Proveedores

PROVEEDOR	CIUDAD
Sisapamba Rosas y Rosas	Cayambe
Sumiplast	Cayambe
Fantasías El niño	Cayambe
Audio Technology	Cayambe

Fuente: Investigación estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

4.5.2 Disponibilidad de Mano de Obra

Para el buen funcionamiento de la microempresa se utilizará talento humano idóneo, acorde al perfil establecido ya que deberán estar capacitados para realizar diversas actividades inherentes a eventos sociales. Debido a que la sede del proyecto estará situada en el centro del Cantón Cayambe el reclutamiento de mano de obra apta, se encontrará con facilidad generando fuentes de empleo para la población.

4.5.3 Disponibilidad de Financiamiento

Este factor es determinante para el proyecto ya que por medio de este se podrá financiar un porcentaje de la inversión, para esto se ha visto necesario analizar varias alternativas que proporcionen créditos, con el fin de elegir la mejor opción que facilitan la implementación y desarrollo de la microempresa.

- Ban Ecuador otorga créditos a todas las personas que están involucradas con actividades de comercio y servicios, el mismo que está destinado para el capital de trabajo y adquisición de activos fijos con valores desde 100 hasta 20.000 dólares con una tasa de interés del 15% anual y con un plazo de 5 años. Las garantías pueden ser quirografarias con un monto inferior a 15.000 y prendarias o hipotecarias hasta 20.000 dólares.
- Una de las instituciones privadas que facilita la obtención de créditos es el Banco Pichincha con dos tipos de financiamiento:

Adquisición de activos fijos.- El cual permitirá financiar todo el equipo necesario para la implementación de la microempresa, como puede ser la adquisición de maquinaria, vehículo de trabajo y construcción o compra del local comercial. Concede montos desde 500

hasta 20.000 dólares a una tasa de interés nominal del 16,06% anual. El plazo para cancelar la deuda varía desde 3 a 36 meses.

Capital Trabajo.- Este crédito permite financiar la adquisición de inventarios, materias primas, insumos, pagos a proveedores y demás aspectos que se requieran para promover el desarrollo de la microempresa. Esta institución otorga un crédito desde 300 hasta 20.000 dólares, con un plazo de 2 a 24 meses y una tasa de interés del 16,06%.

- La Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio otorga créditos de tipo comercial para la adquisición de activos fijos, con montos desde 5000 hasta 80 000 dólares a una tasa de interés del 11,57% anual, con un plazo máximo de 5 años.

4.6 Capacidad instalada

Para determinar la capacidad instalada se ha utilizado una de las preguntas realizadas en la encuesta del capítulo III estudio de mercado, tomando en consideración que la microempresa se dedica a la organización y asesoría de todo tipo de eventos sociales.

¿Cuál de los siguientes paquetes estaría usted dispuesto a contratar al momento de organizar su evento social?

Tabla N° 40 Paquete de servicios

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paquete 1	75	29,41%
Paquete 2	138	54,12%
Paquete 3	42	16,47%
TOTAL	255	100 %

Fuente: Encuesta realizada a la PEA del Cantón Cayambe, mayo 2016
Elaborado por: Las Autoras

Para el cálculo de la capacidad instalada se utilizó los porcentajes que hacen referencia a los diferentes tipos de paquetes que la población económicamente activa urbana del Cantón organiza con mayor frecuencia, tomando en cuenta que la microempresa cubrirá la mayor parte de sus contratos desde los días miércoles hasta el domingo, siendo 5 días destinados a la ejecución de los mismos, ya que generalmente los días lunes y martes no se realizan eventos de esta índole.

Tabla N° 41 Capacidad instalada

OPCIONES	%	CAPACIDAD INSTALADA 100%	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Paquete 1	29,41 %	1,47	1	4	48
Paquete 2	54,12 %	2,71	3	12	144
Paquete 3	16,47 %	0,82	1	4	48
TOTAL	100 %	5	5	20	240

Fuente: Investigación estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

La microempresa está en capacidad de cubrir 240 contratos anuales, la misma que se trabajará con un índice de nivel de eficiencia del 65% y una capacidad efectiva del 70% en la siguiente fórmula:

$$\text{Capacidad} = \frac{\text{Capacidad instalada} * \text{Nivel de eficiencia} * \text{capacidad efectiva}}{\text{Total semanas anuales}}$$

$$\text{Capacidad} = \frac{240 * 0,65 * 0,70}{52}$$

$$\text{Capacidad Efectiva} = 2$$




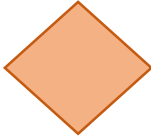



**Es decir que la microempresa se va a dirigir semanalmente a 2 eventos,
correspondientes a 104 eventos anuales.**

4.7 Diseño de procesos

Es una representación gráfica muy importante en la cual se determina y se analiza las actividades que se llevarán a cabo en el proceso de la organización de eventos sociales, así como también ayuda a determinar los aspectos que requieren mejoras.

Para la elaboración de este diagrama se utilizará símbolos con significados de fácil comprensión y se vincularán a través de flechas que indican la secuencia de los procesos.

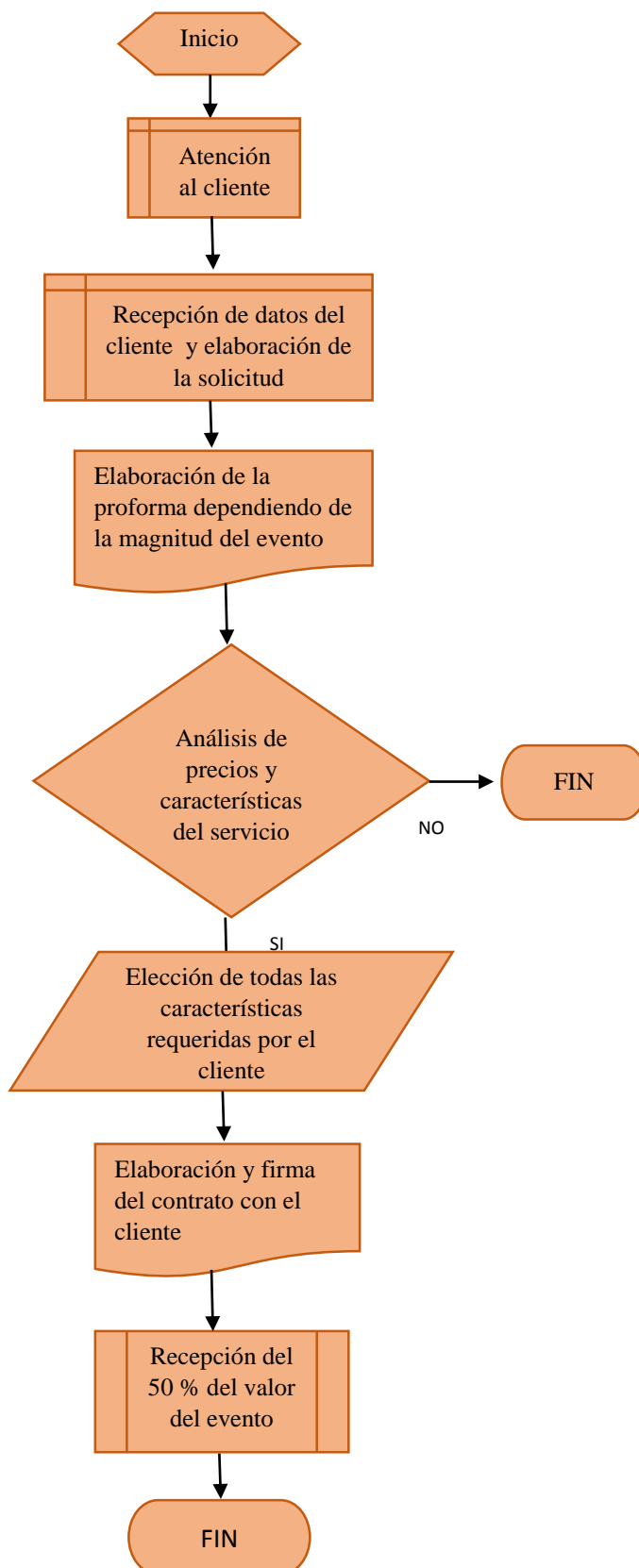
4.7.1 Simbología

	Inicio o preparación		Documento
	Almacenamiento		Decisión
	Datos		Proceso predefinido
		Fin	

Fuente: Investigación estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

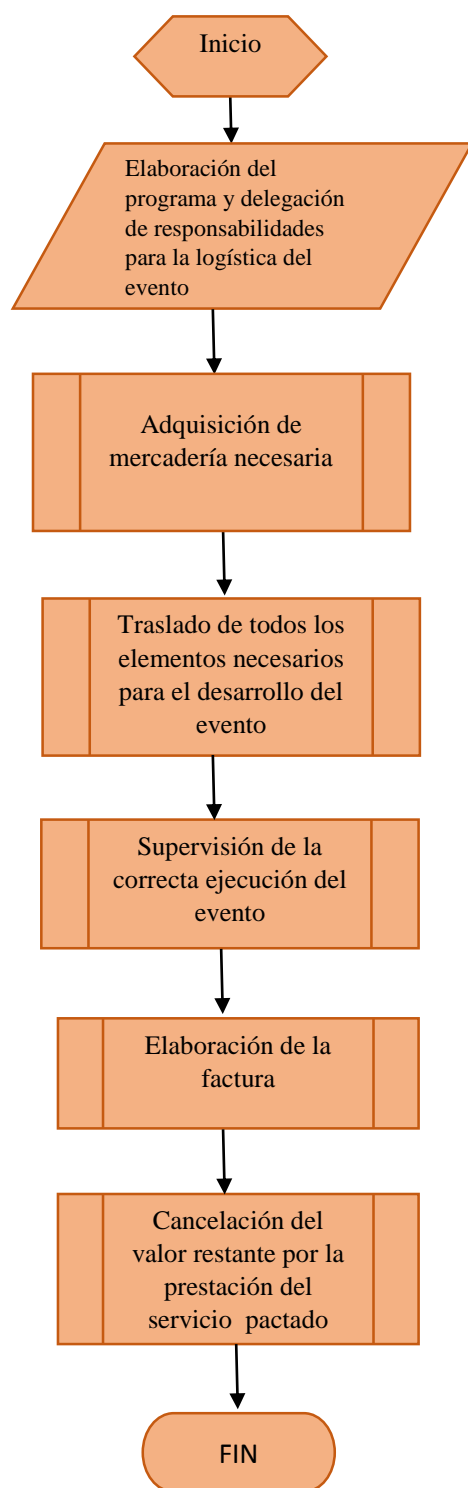
4.7.2 Flujo grama del proceso de contratación del servicio.



Fuente: Investigación estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

4.7.3 Flujo grama de la ejecución del servicio.



Fuente: Investigación estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

4.8 Requerimiento de maquinaria y equipo

La adecuada selección de la maquinaria y el equipo son fundamentales ya que permite dirigir o regular las actividades que directa o indirectamente ayudará a la transformación del servicio que se desee ofrecer, garantizando la calidad del mismo y buscando satisfacer a los clientes.

El tamaño, el entorno y la tecnología utilizada en el proyecto serán puntos clave para la determinación de la cantidad y el tipo de maquinaria y equipos que faciliten la prestación del servicio.

4.9 Inversiones en Propiedad, planta y equipo

La microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales estará situada en el barrio centro de la ciudad de Cayambe, en una casa que posee un local comercial cuyas medidas son 96 m², las mismas que están distribuidas de la siguiente manera: área administrativa, área de ventas, bodega y servicios sanitarios. El costo del arriendo es de \$125,00 mensuales y anualmente \$1500,00.

Tabla N° 42 Distribución de la planta

NÚMERO	ÁREA	METROS CUADRADOS
1	Administrativa	24
2	Ventas	24
3	Bodega	40
4	Baños	8
TOTAL		96

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

Además para la adecuación de la planta se requiere adquirir maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de computación, vehículo, equipos de oficina, equipos de seguridad que ayudarán al correcto funcionamiento de la microempresa.

Tabla N° 43 Maquinaria y equipo

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Cámara fotográfica	2	459,00	918,00
Filmadora	2	728,00	1456,00
Parlantes	4	520,00	2080,00
Cámara de humo	2	85,00	170,00
Cámara de burbujas	2	155,00	310,00
Luces robóticas	3	112,00	336,00
Luces rítmicas	2	190,00	380,00
Luces láser	2	112,00	224,00
Kit de Micrófonos	2	45,00	90,00
Controlador	2	300,00	600,00
Consola	4	260,00	1040,00
Regleta 11 tomas	2	40,00	80,00
TOTAL			7684,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 44 Muebles y enseres

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Escritorios	2	135,00	270,00
Sillas de oficina	2	35,00	70,00
Archivador	1	80,00	80,00
Exhibidores	1	150,00	150,00
Vitrinas	2	110,00	220,00
Sillas de espera	8	20,00	160,00
TOTAL			950,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 45 Equipo de computación

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computadora de escritorio + Impresora	1	871,00	871,00
Laptop	1	661,60	661,60
Proyector	1	700,00	700,00
TOTAL			2232,60

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 46 Equipo de oficina

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Teléfono dúo inalámbrico	1	97,90	97,90
Televisor	1	484,00	488,00
TOTAL			585,90

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 47 Equipo de seguridad

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Kit completo de Cámaras de vigilancia	1	195,00	195,00
Extintor	1	21,00	21,00
Señalética	4	2,00	8,00
TOTAL			224,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 48 Otros activos

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Carpas 6*8	6	508,00	3048,00
Carpas 5*8	6	426,00	2556,00
Sillas plásticas	600	5,25	3150,00
Vajilla	1500	0,96	1440,00
Mesas plásticas	70	18,60	1302,00
Cristalería	1500	1,22	1830,00
Mantelería	40	7,00	280,00
TOTAL			13606,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 49 Vehículo

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Camioneta Great	1	15,550	15,550
Wall Wingle 2013			
TOTAL			15,550

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

4.10 Resumen de Propiedad, planta y equipo.

Tabla N° 50 Resumen de Propiedad, planta y equipo

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo	7684,00
Muebles y enseres	950,00
Equipo de Computación	2232,60
Equipo de oficina	585,90
Equipo de seguridad	224,00

Otros activos	13606,00
Vehículo	15550,00
TOTAL	40832,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

4.11 Costo de operación

Los costos de operación son todos los valores de insumos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación que intervienen directa o indirectamente en la transformación de un producto o en la prestación de un servicio, los mismos que ayudarán a determinar el precio real del mismo. El análisis de estos elementos es necesario ya que permiten tomar decisiones para una adecuada planificación del servicio.

4.11.1 Insumos

Tabla N° 51 Insumos

DETALLE	Q. M	V. U	TOTAL MENSUAL	Q ANUAL	TOTAL ANUAL
Adornos	150	1,15	172,50	1800	2070
Globos	950	0,10	95,00	11400	1140
Flores	1800	0,13	234,00	21600	2808
Líquido para cámara de humo	2 litros	3,00	6,00	24 litros	72
Líquido para la cámara de burbujas	2 litros	3,00	6,00	24 litros	72
Recuerdos	350	0,25	87,50	4200	1050
TOTAL			601		7212

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.11.2 Alimentación

La microempresa tendrá un convenio con el restaurante “Los Andes” el cual proporcionará el servicio de alimentación para cada uno de los paquetes con los que cuenta el proyecto.

Para el cálculo del servicio de alimentación se tomó en cuenta el total mensual de personas que se pretende atender, así como también el porcentaje de preferencia de cada uno de los paquetes, el mismo que se realizó en una de las preguntas de la encuesta.

Tabla N° 52 Cantidad Mensual de personas

DETALLE	DEMANDA A SATISFACER	% DE PREFERENCIA	Q PERSONAS MENSUAL	Q PERSONAS ANUAL
PAQUETE 1		29,41	133	1.590
PAQUETE 2	5.406	54,12	244	2.926
PAQUETE 3		16,47	74	890
TOTAL		100,00	451	5.406

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 53 Alimentación

PAQUETES	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Paquete 1	133	1519	6	798,00	9576,00
Paquete 2	244	2796	8	1952,00	23424,00
Paquete 3	74	851	10	740,00	8880,00
TOTAL	451			3490,00	41880,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.11.3 Servicios Adicionales

Los clientes pueden personalizar el evento a su gusto y presupuesto, para esto la microempresa cuenta con varios servicios complementarios como presentación artística, hora loca, juegos pirotécnicos, entre otros.

Se tomó en cuenta el total de eventos anuales que se organizará multiplicado por el porcentaje de preferencia de cada uno de los paquetes en referencia a una de las preguntas realizadas en la encuesta.

Tabla N° 54 Servicios Adicionales

PAQUETES	N° de eventos anuales	Artista	Hora loca	Juegos pirotéc.	Total artistas \$	Total Hora loca \$	Total Juegos Pirotéc. \$	TOTAL AÑO 1 \$
1	31							
2	56	100	75		5600	4200		9800
3	17	150	75	75	2550	1275	1275	5100
TOTAL	104							14900

4.11.4 Costo de mano de obra directa

Para el cálculo de la mano de obra directa se ha tomado como referencia los códigos sectoriales publicados en la página web del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2016)

Tabla N° 55 Códigos sectoriales

CARGO	VALOR MENSUAL
Dj	379,84
Barman	369,40
Decorador	379,84
Mesero	369,40

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

La mano de obra directa únicamente será contratada los días viernes, sábados y domingos, es por ello que se ha realizado el cálculo por los días y el número de horas de trabajo.

Fórmula:

$$\frac{\text{Sueldo Mensual}}{\text{Tiempo Completo}} = \text{valor por hora de trabajo}$$

*Valor por hora de trabajo * horas semanales * semanas del mes*

= Sueldo Jornada Parcial.

Tabla N° 56 Mano de obra directa

CARGO	CANTID AD	# HORAS SEMANALES	DÍAS LABORABLES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
DJ	1	25	3	237,00	2844,00
DJ	1	25	3	237,00	2844,00
Barman	1	25	3	231,00	2772,00
Barman	1	25	3	231,00	2772,00
Decorador	1	25	3	237,00	2844,00
Meseros	1	25	3	231,00	2772,00
Meseros	1	25	3	231,00	2772,00
TOTAL				1635,00	19620,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.12 Costos Indirectos de Fabricación

Los Costos Indirectos de Fabricación son aquellos que no intervienen directamente con la prestación del servicio, pero si constituyen una parte necesaria para el buen funcionamiento del proyecto.

4.12.1 Depreciaciones de Propiedad, planta y equipo

Para determinar el valor de las depreciaciones de propiedad, planta y equipo se utilizará los porcentajes establecidos por la norma tributaria sin dejar de considerar lo que señalan las Normas Internacionales de Información Financiera, que para realizar este cálculo se debe tomar en cuenta el uso y el desgaste de los activos que por lo general no siempre coinciden con la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno por la naturaleza de cada empresa.

“La Sección 17 de la NIIF para pymes y la NIC 16 se refieren al tratamiento de los bienes que conforman las propiedades, planta y equipo; no tienen diferencias en cuanto al requerimiento sobre la vida útil. Al respecto, ambos estándares indican que la vida útil es el tiempo en el cual la entidad espera obtener los beneficios económicos derivados del activo”. (Actualícese, 2015)

“La información contable debe establecer períodos reales de utilidad de los bienes, y no simplemente aplicar los indicados en la norma tributaria, según la cual los vehículos se deprecian a 5 años, las maquinarias a 10, los inmuebles a 20, computadores a 5, y el software se amortiza a 3 años; esto en razón a que la vida útil debe calcularse con un enfoque financiero y no fiscal”. (Actualícese, 2015)

Tabla N° 57 Depreciaciones

DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL	%	DEPREC. MENSUAL	DEPREC. ANUAL
Maquinaria y Equipo	7684,00	10	10%	64,03	768,40
Muebles y enseres	950,00	10	10%	7,92	95,00
Equipo de Computación	2232,60	3	33%	62,02	744,20
					58,59
Equipo de oficina	585,90	10	10%	4,88	3110,00
Vehículo	15550,00	5	20%	259,17	
				398,02	4776,19
TOTAL					

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.12.2 Mano de Obra Indirecta

Tabla N° 58 Mano de Obra Indirecta

CARGO	#	SALARIO BÁSICO	COSTO ANUAL
Guardalmacén	1	366,00	4392,00
TOTAL			4392,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.13 Gastos de Administración

Representan todos aquellos gastos producidos para el control y dirección de la microempresa, estos no incurren directamente en la presentación del servicio. En este gasto intervienen los salarios de los directivos, suministros administrativos, servicios básicos entre otros.

4.13.1 Suministros Administrativos

Tabla N° 59 Suministros administrativos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Grapadora	2	2,50	5,00	5,00
Papelera	2	7,00	14,00	14,00
Perforadora	2	2,50	5,00	5,00
Basureros	3	2,00	6,00	6,00
Tinta para impresora	2	5,00	10,00	120,00
Resma de papel boom	1	4,60	4,60	55,20
Carpetas	7	2,80	19,60	19,60
Caja de esferos	2	5,25	10,50	10,50
TOTALES			74,70	235,30

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.13.2 Remuneraciones al personal administrativo

Tabla N° 60 Personal administrativo

CARGO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente	550,00	6600,00
Secretaria	366,00	4392,00
TOTAL		10.992,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.13.3 Servicios básicos administrativos

Tabla N° 61 Servicios básicos administrativos

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica	25,00	300,00
Agua potable	12,00	144,00
Teléfono	20,00	240,00
Internet	25,00	300,00
TOTAL	82,00	984,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.13.4 Arriendo

Tabla N° 62 Arriendo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo local comercial	125,00	1500,00
TOTAL	125,00	1500,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.13.5 Servicios Profesionales

Además se contratará el servicio de asesoría de un contador para la realización de todas las obligaciones tributarias con un valor de \$50,00 mensuales.

Tabla N° 63 Servicios profesionales

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicios Profesionales	50,00	600,00
TOTAL	50,00	600,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.14 Gastos de Venta

Estos gastos son de importancia ya que dan a conocer los servicios que ofrece la microempresa representando todas las erogaciones para realizar la venta del servicio, entre estas se encuentran; cuñas radiales, flyers y tarjetas de presentación entre otros.

4.14.1 Gastos de Publicidad

Tabla N° 64 Publicidad radial

RADIO	# CUÑAS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Inty Pacha	12 diarias	200,00	2400,00
TOTAL		200,00	2400,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 65 Publicidad

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Flyers	50	6,00	72,00
Tarjetas de presentación	100	4,00	48,00
TOTAL		10,00	120,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.15 Gastos de Constitución

Tabla N° 66 Gastos de constitución

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Obtención del Ruc	0,00
Formulario para la obtención de Patente	1,00
Certificado de obtención de la Patente	8,00
Patente Municipal	180,00

Permiso de Bomberos	30,00
Permiso de Intendencia	50,00
TOTAL	269,00

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.16 Capital de Trabajo

El capital de trabajo son todos aquellos recursos que la microempresa requiere para su adecuada implementación, hasta que empiece a generar ingresos. Para el cálculo del capital de trabajo se realizará para dos meses, tiempo que es necesario para que el proyecto se posicione en el mercado.

Tabla N° 67 Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR 2 MESES
Insumos	601,00	1202,00
Alimentación	3490,00	6980,00
Servicios Adicionales	1241,67	2483,34
Mano de Obra Directa	1635,00	3270,00
Costos Indirectos de Fabricación	764,02	1528,04
Gastos Administrativos	1247,70	2495,40
Gastos de Ventas	210,00	420,00
SUBTOTAL	9189,39	18378,78
Imprevistos 5%		918,94
TOTAL		19297,72

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.16.1 Inversión total

Tabla N° 68 Inversión total

DESCRIPCIÓN	PARCIAL	VALOR TOTAL
Capital de Trabajo		19297,72
Inversión Fija		40832,50
Maquinaria y Equipo	7684,00	
Muebles y enseres	950,00	
Equipo de Oficina	585,90	
Equipo de Computación	2232,60	
Equipo de seguridad	224,00	
Vehículo	15550,00	
Otros activos	13606,00	
Inversión diferida		269,00
Gastos de Constitución	269,00	
TOTAL		60399,22

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

4.16.2 Financiamiento

Para dar inicio a las actividades de la microempresa se requiere un total de \$60399,22 de los cuáles \$ 35.000 será financiado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio la misma que otorga créditos de tipo comercial, con montos desde 5000 hasta 80 000 dólares a una tasa de interés del 11,57% anual y el 25.399,22 que corresponden al 42,05% serán recursos propios.

Tabla N° 69 Financiamiento

DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
Recursos Propios	25.399,22	42,05%
Financiamiento	35.000	57,95%
TOTAL	60.399,22	100%

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 Presentación

El Estudio Económico Financiero permite analizar los ingresos que generará el proyecto, frente a las erogaciones que se producirá, utilizando indicadores los cuales permitirán una adecuada evaluación financiera, para conocer la rentabilidad que se generara en el presente y en el futuro ya que existe una proyección para diez años.

5.2 Determinación de Ingresos Projectados

Para la determinación de los ingresos se partió a través de la demanda insatisfecha que se pudo evidenciar en el capítulo III, la misma que para los primeros años se cubrirá en un 70%, el cual está distribuido según el porcentaje de preferencia que tiene el cliente para los paquetes con los que cuenta la microempresa, multiplicando para cada uno de los precios establecidos.

Además para la proyección de los futuros años se utilizó el crecimiento de la población del Cantón Cayambe que corresponde al 2,29% y para el precio se utilizó el porcentaje de inflación acumulada hasta el mes de Septiembre del 2016, el mismo que corresponde a 0,01190.

Tabla N° 70 Ingresos primer año

DETALLE	AÑO 1		
	CANTIDAD	PRECIO UNIT	TOTAL/ANUAL
PAQUETE 1	1590	21,50	34.185,00
PAQUETE 2	2926	26,50	77.539,00
PAQUETE 3	890	31,50	28.035,00
TOTAL	5406		139.759

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 71 Proyección de ingresos

AÑOS	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	TOTAL
1	34.185,00	34.185,00	34.185,00	139.759,00
2	35.375,01	35.375,01	35.375,01	144.639,47
3	36.610,52	36.610,52	36.610,52	149.724,84
4	37.892,70	37.892,70	37.892,70	154.960,49
5	39.222,75	39.222,75	39.222,75	160.410,69
6	40.601,91	40.601,91	40.601,91	166.019,58
7	42.031,41	42.031,41	42.031,41	171.853,04
8	43.512,55	43.512,55	43.512,55	177.882,76
9	45.046,61	45.046,61	45.046,61	184.148,18
10	46.634,94	46.634,94	46.634,94	190.590,92

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.3 Costo de Operación

El Costo de Operación se encuentran establecidos de acuerdo a la demanda insatisfecha, aquí se determinan los costos variables incurridos para el proceso, como

insumos, alimentación y mano de obra directa, los mismos que son proyectados para diez años.

5.3.1 Insumos

Son todos aquellos implementos que se necesitan para una adecuada prestación del servicio, como adornos, globos, flores, líquido de cámara de humo, liquido de cámara de burbujas y recuerdos para la elaboración de los paquetes, para la proyección de los mismos, se ha tomado la tasa de inflación acumulada hasta Septiembre del 2016.

Tabla N° 72 Insumos

DETALLE	Q. M	V. U	TOTAL MENSUAL	Q ANUAL	TOTAL ANUAL
Adornos	150	1,15	172,5	1800	2070
Globos	950	0,1	95	11400	1140
Flores	1800	0,13	234	21600	2808
Líquido para cámara de humo	2	3	6	24	72
Líquido para la cámara de burbujas	2	3	6	24	72
Recuerdos	350	0,25	87,5	4200	1050
TOTAL			601		7212

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 73 Proyección de insumos

INSUMOS	
AÑOS	VALOR
1	7212,00
2	7297,82
3	7384,67

4	7472,54
5	7561,47
6	7651,45
7	7742,50
8	7834,64
9	7927,87
10	8022,21

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.3.2 Alimentación

Para este costo de producción se ha tomado en cuenta el 70% de la demanda insatisfecha y una de las preguntas que se realizó en la encuesta que se refiere al porcentaje de preferencia de cada uno de los tres paquetes, además para la proyección se utilizó la tasa de inflación acumulada hasta Septiembre del 2016.

Tabla N° 74 Alimentación

PAQUETES	CANTIDAD MENSUAL	VALOR	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
PAQUETE 1	133	6,00	798	9.576
PAQUETE 2	244	8,00	1952	23.424
PAQUETE 3	74	10,00	740	8.880
TOTAL	451		3490	41.880

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 75 Proyección de alimentación

ALIMENTACIÓN	
AÑOS	VALOR
1	41880,00
2	42378,37
3	42882,67
4	43392,98
5	43909,35
6	44431,88
7	44960,62
8	45495,65
9	46037,05
10	46584,89

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.3.3 Servicios Adicionales

Para el cálculo de los servicios adicionales se tomó en cuenta el total de eventos anuales que se organizará multiplicado por el porcentaje de preferencia de cada uno de los paquetes en referencia a una de las preguntas realizadas en la encuesta.

Tabla N° 76 Servicios Adicionales

PAQUETES	N° de eventos anuales	Artista \$	Hora loca \$	Juegos pirotécnicos	Total artistas	Total Hora loca	Total Juegos Pirotécnicos	TOTAL AÑO 1
1	31							
2	56	100	75		5600	4200		9800
3	17	150	75	75	2550	1275	1275	5100

TOTAL	104	14900
--------------	-----	-------

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 77 Proyección Servicios Adicionales

Para el cálculo de la proyección de los servicios adicionales se utilizó la tasa de inflación acumulada hasta Septiembre del 2016 que corresponde a 1,19%.

SERVICIOS ADICIONALES	
AÑOS	VALOR
1	14900,00
2	15077,31
3	15256,73
4	15438,29
5	15622,00
6	15807,90
7	15996,02
8	16186,37
9	16378,99
10	16573,90

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

Mano de Obra Directa

En la mano de obra directa la microempresa contará con dos DJ, dos barman, un decorador y dos meseros para este cálculo se ha tomado como referencia los códigos sectoriales publicados en la página web del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el mismo que será proyectado para diez años a través del índice de inflación.

Tabla N° 78 Códigos sectoriales

CARGO	VALOR MENSUAL
Dj	379,84
Barman	369,40
Decorador	379,84
Mesero	369,40

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por: Las autoras

La mano de obra directa únicamente será contratada los días viernes, sábados y domingos, es por ello que se ha realizado el cálculo por los días y el número de horas de trabajo.

Fórmula:

$$\frac{\text{Sueldo Mensual}}{\text{Tiempo Completo}} = \text{valor por hora de trabajo}$$

$$\text{Valor por hora de trabajo} * \text{horas semanales} * \text{semanas del mes} \\ = \text{Sueldo Jornada Parcial.}$$

Cálculos:

Tabla N° 79 Cálculo de mano de obra directa

CARGO	CANTID	# HORAS	DÍAS	VALOR	VALOR
	AD	SEMANALES	LABORABLES	MENSUAL	ANUAL
DJ	1	25	3	237,00	2844,00
DJ	1	25	3	237,00	2844,00
Barman	1	25	3	231,00	2772,00
Barman	1	25	3	231,00	2772,00

Decorador	1	25	3	237,00	2844,00
Meseros	1	25	3	231,00	2772,00
Meseros	1	25	3	231,00	2772,00
TOTAL				1635,00	19620,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 80 Mano de obra directa primer año

M.O.D	Q.	Sueldo Unif	Fondo de Reserva	Ing. Mens.	Ing. Anual	Aport e M.	Aporte Anual	D. Tercero	D. Cua rto	Vacacio nes	Total Año 1
DJ	1	237	237	237	2844	28,80	345,55	237	366	118,50	3792,55
DJ	1	237	237	237	2844	28,80	345,55	237	366	118,50	3792,55
Barman	1	231	231	231	2772	28,07	366,80	231	366	115,50	3705,80
Barman	1	231	231	231	2772	28,07	366,80	231	366	115,50	3705,80
Decorador	1	237	237	237	2844	28,80	345,55	237	366	118,50	3792,55
Mesero	1	231	231	231	2772	28,07	366,80	231	366	115,50	3705,80
Mesero	1	231	231	231	2772	28,07	366,80	231	366	115,50	3705,80
TOTAL	7	1635,00	1635,00	1635,00	14278,56	198,65	2383,83	1635,00	3294	817,50	26200,83

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Para la proyección de la mano de obra directa se calculó utilizando el porcentaje de crecimiento del Salario Básico Unificado de los últimos cinco años, además a partir del segundo año se aumentará el valor del fondo de reserva y vacaciones para todos los trabajadores.

Tabla N° 81 Proyección de mano de obra directa

AÑOS	VALOR
1	26200,83
2	30225,38
3	32038,90
4	33961,24
5	35998,91

6	38158,85
7	40448,38
8	42875,28
9	45447,80
10	48174,66

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.4 Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de fabricación son aquellos que no intervienen directamente con el servicio, pero si constituyen una parte importante para el funcionamiento del proyecto, para este costo se ha tomado en cuenta únicamente la mano de obra indirecta.

5.4.1 Mano de Obra Indirecta

En la mano de obra indirecta encontramos al talento humano que se necesita para llevar acabo el servicio, es necesario contratar un guardalmacén. El sueldo ha sido considerado por medio del código sectorial de relaciones laborales que se encuentra en 366 dólares más beneficios de la ley, para la proyección de los diez años se ha utilizado el índice de inflación.

Tabla N° 82 Mano de obra indirecta primer año

M.O.D	Suel Unif	Fond Reser	Ing. Mens.	Ing. Anual	Aporte Mens.	Aporte Anual	D. Tercer	D. Cuarto	Vaca cion.	Total Año 1
Guardal macén	366	366	366	4392	44,47	533,63	366	366	183	5657,63
TOTAL	366	366	366	4392	44,47	533,63	366	366	183	5657,63

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 83 Proyección de mano de obra indirecta

AÑOS	VALOR
1	5657,63
2	6546,09
3	6938,85
4	7355,18
5	7796,49
6	8264,28
7	8760,14
8	9285,75
9	9842,89
10	10433,47

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.5 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son gastos representados por la dirección de la microempresa, los mismos que sirven para la prestación del servicio, aquí interviene los suministros de oficina, servicios básicos, sueldos administrativos y el arriendo para todos estos se ha visto necesario realizar la proyección con el índice de inflación del 0,01190.

5.5.1 Suministros de oficina

Tabla N° 84 Suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Grapadora	2	2,50	5,00	5,00
Papelera	2	7,00	14,00	14,00
Perforadora	2	2,50	5,00	5,00

Basureros	3	2,00	6,00	6,00
Tinta para impresora	2	5,00	10,00	120,00
Resma de papel boom	1	4,60	4,60	55,20
Carpetas	7	2,80	19,60	19,60
Caja de esferos	2	5,25	10,50	10,50
TOTALES			74,70	235,30

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 85 Proyección de suministros administrativos

AÑOS	VALOR
1	235,30
2	238,10
3	240,93
4	243,80
5	246,70
6	249,64
7	252,61
8	255,61
9	258,66
10	261,73

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.5.2 Servicios Básicos

Tabla N° 86 Servicios básicos primer año

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica	25,00	300,00
Agua potable	12,00	144,00
Teléfono	20,00	240,00
Internet	25,00	300,00
TOTAL	82,00	984,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 87 Proyección servicios básicos

AÑOS	VALOR
1	984,00
2	995,71
3	1007,56
4	1019,55
5	1031,68
6	1043,96
7	1056,38
8	1068,95
9	1081,67
10	1094,54

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.5.3 Sueldos Administrativos

Tabla N° 88 Sueldos administrativos primer año

SUELDOS ADMINIST.	Sueld Unif	Fod. Reser	Ing. Mens	Ing. Anual	Aporte M.	Aporte Anual	D. Tercer	D. Cuarto	Vacac.	Total Año 1
Gerente Propietario	550	550	550	6600	66,83	801,9	550	366	275	8317,9
Secretaria	366	366	366	4392	44,47	553,63	366	366	183	5657,63
TOTAL	916	916	916	10992	133,65	1335,53	916	732	458	1397,53

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 89 Proyección sueldos administrativos

AÑOS	VALOR
1	13975,53
2	16188,06
3	17159,34
4	18188,90
5	19280,24
6	20437,05
7	21663,28
8	22963,07
9	24340,86
10	25801,31

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.5.4 Arriendo

Tabla N° 90 Arriendo primer año

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo local comercial	125,00	1500,00
TOTAL	125,00	1500,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 91 Proyección arriendo

AÑOS	VALOR
1	1500,00
2	1517,85
3	1535,91
4	1554,19
5	1572,68
6	1591,40
7	1610,34
8	1629,50
9	1648,89
10	1668,51

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.5.5 Resumen de Gastos Administrativos

A continuación se presentará un cuadro resumen de todos los gastos administrativos en los que incurre la microempresa para su buen funcionamiento.

Tabla N° 92 Resumen de gastos administrativos

AÑOS	SUMINISTROS DE OFICINA	SERVICIOS BÁSICOS	SUELDOS ADM.	ARRIENDO
1	235,30	984,00	13975,53	1500,00
2	238,10	995,71	16188,06	1517,85
3	240,93	1007,56	17159,34	1535,91
4	243,80	1019,55	18188,90	1554,19
5	246,70	1031,68	19280,24	1572,68
6	249,64	1043,96	20437,05	1591,40
7	252,61	1056,38	21663,28	1610,34
8	255,61	1068,95	22963,07	1629,50
9	258,66	1081,67	24340,86	1648,89
10	261,73	1094,54	25801,31	1668,51

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.6 Gastos de Ventas

Los gastos de ventas son los que se relacionan directamente con la comercialización del servicio, en este caso se tomará en cuenta la publicidad, la misma que es utilizada para dar a conocer a la microempresa, para su proyección se ha tomado la tasa de inflación acumulada hasta septiembre del 2016.

5.6.1 Propaganda y Publicidad

Tabla N° 93 Propaganda y publicidad primer año

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuñas radiales	200,00	2400,00
Flyers	6,00	72,00
Tarjetas de presentación	4,00	48,00
TOTAL	210,00	2520,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 94 Proyección propaganda y publicidad

AÑOS	VALOR
1	2520,00
2	2549,99
3	2580,33
4	2611,04
5	2642,11
6	2673,55
7	2705,37
8	2737,56
9	2770,14
10	2803,10

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las autoras

5.7 Gastos Financieros

Para la implementación del proyecto se solicitará un crédito comercial de 35,000 dólares en la Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio, la misma que proporciona a una tasa de interés anual del 11,57% y será cancelado mensualmente por un periodo de tiempo de 5 años.

Tabla N° 95 Tabla de amortización Año 1

N° cuota	Capital	V. Cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	35000,00	760,96	320,78	440,17	34559,83
2	34559,83	760,96	316,75	444,21	34115,62
3	34115,62	760,96	312,68	448,28	33667,35
4	33667,35	760,96	308,57	452,39	33214,96

5	33214,96	760,96	304,42	456,53	32758,43
6	32758,43	760,96	300,24	460,72	32297,71
7	32297,71	760,96	296,02	464,94	31832,77
8	31832,77	760,96	291,76	469,20	31363,57
9	31363,57	760,96	287,45	473,50	30890,07
10	30890,07	760,96	283,12	477,84	30412,23
11	30412,23	760,96	278,74	482,22	29930,01
12	29930,01	760,96	274,32	486,64	29443,38

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 96 Tabla resumen de capital e intereses

AÑOS	CAPITAL ANUAL	INTERÉS ANUAL
1	5556,62	3574,84
2	6199,53	2931,94
3	6916,82	2214,65
4	7717,09	1414,37
5	8609,95	521,51
TOTAL	35,000	10657,30

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.8 Depreciación de Propiedad, planta y equipo.

Para el cálculo de la Depreciación de Propiedad, planta y equipo de la microempresa se calculó mediante el método de línea recta, utilizando los porcentajes correspondientes determinados por la norma tributaria.

La información contable debe establecer períodos reales de utilidad de los bienes, y no simplemente aplicar los indicados en la norma tributaria, según la cual los vehículos se deprecian a 5 años, las maquinarias a 10, los inmuebles a 20, computadores a 5, y el software

se amortiza a 3 años; esto en razón a que la vida útil debe calcularse con un enfoque financiero y no fiscal. (Actualícese, 2015)

Tabla N° 97 Depreciación de Propiedad, planta y equipo

DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL	%	DEPREC. MENSUAL	DEPREC. ANUAL
Maquinaria y Equipo	7684,00	10	10%	64,03	768,40
Muebles y enseres	950,00	10	10%	7,92	95,00
Equipo de Computación	2232,60	3	33%	62,02	744,20
Equipo de oficina	585,90	10	10%	4,88	58,59
Vehículo	15550,00	5	20%	259,17	3110,00
TOTAL				398,02	4776,19

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.8.1 Tablas de depreciación

5.8.1.1 Maquinaria y Equipo

Tabla N° 98 Depreciación maquinaria y equipo

TABLAS DE DEPRECIACIÓN				
Maquinaria y equipo	V. Actual	Depreciación	Dep./Acum	Saldo
Año 1	7684,00	691,56	691,56	6992,44
Año 2	7684,00	691,56	1383,12	6300,88
Año 3	7684,00	691,56	2074,68	5609,32
Año 4	7684,00	691,56	2766,24	4917,76
Año 5	7684,00	691,56	3457,80	4226,20

Año 6	7684,00	691,56	4149,36	3534,64
Año 7	7684,00	691,56	4840,92	2843,08
Año 8	7684,00	691,56	5532,48	2151,52
Año 9	7684,00	691,56	6224,04	1459,96
Año 10	7684,00	691,56	6915,60	768,40

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.8.1.2 Muebles y enseres

Tabla N° 99 Depreciación muebles y enseres

Muebles y enseres	V. Actual	Depreciación	Dep./Acum	Saldo
Año 1	950,00	85,5	85,50	864,50
Año 2	950,00	85,5	171,00	779,00
Año 3	950,00	85,5	256,50	693,50
Año 4	950,00	85,5	342,00	608,00
Año 5	950,00	85,5	427,50	522,50
Año 6	950,00	85,5	513,00	437,00
Año 7	950,00	85,5	598,5	351,50
Año 8	950,00	85,5	684,00	266,00
Año 9	950,00	85,5	769,50	180,50
Año 10	950,00	85,5	855,00	95,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.8.1.3 Vehículo

Tabla N° 100 Depreciación Vehículo

Vehículo	V. Actual	Depreciación	Dep./Acum	Valor residual
Año 1	15550,00	2799	2799,00	12751,00
Año 2	15550,00	2799	5598,00	9952,00

Año 3	15550,00	2799	8397,00	7153,00
Año 4	15550,00	2799	11196,00	4354,00
Año 5	15550,00	2799	13995,00	1555,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.8.1.4 Equipo de Computación

Tabla N° 101 Depreciación equipo de computación

Equipo de Computación	V. Actual	Depreciación	Dep./Acum	Valor residual
Año 1	2232,60	744,2	744,2	1488,40
Año 2	2232,60	744,2	1488,4	744,20
Año 3	2232,60	744,2	2232,6	0,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.8.1.5 Equipo de Computación cuarto año

Tabla N° 102 Depreciación equipo de computación cuarto año

EQUIPO DE COMPUTACIÓN CUARTO AÑO				
	VALOR			
			2259,17	
Años	V. Actual	Depreciación	Dep./Acum	Valor residual
Año 4	2259,17	753,06	753,06	1506,11
Año 5	2259,17	753,06	1506,11	753,06
Año 6	2259,17	753,06	2259,17	0

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.8.1.6 Equipo de Computación séptimo año

Tabla N° 103 Depreciación equipo de computación séptimo año

EQUIPO DE COMPUTACIÓN SÉPTIMO AÑO				
	VALOR			2286,05
	V. Actual	Depreciación	Dep./Acum	Valor residual
Año 7	2286,05	762,02	762,02	1524,03
Año 8	2286,05	762,02	1524,03	762,02
Año 9	2286,05	762,02	2286,05	0

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.8.1.7 Equipo de Computación décimo año

Tabla N° 104 Depreciación equipo de computación décimo año

EQUIPO DE COMPUTACIÓN DÉCIMO AÑO				
	VALOR			2313,26
	V. Actual	Depreciación	Dep./Acum	Valor residual
Año 10	2313,26	771,09	771,09	1542,17

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.8.2 Resumen de depreciaciones

Tabla N° 105 Resumen de depreciaciones

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
DEPRECIACIONES COSTO										
Maquinaria y equipo	691,56	691,56	691,56	691,56	691,56	691,56	691,56	691,56	691,56	691,56
Vehículo 1	2.799,00	2.799,00	2.799,00	2.799,00	2.799,00					
SUBTOTAL (1)	3.490,56	3.490,56	3.490,56	3.490,56	3.490,56	691,56	691,56	691,56	691,56	691,56
DEPRECIACIONES GASTO										
Muebles y enseres	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50	85,50
Equipo de cómputo 1	744,20	744,20	744,20							
Equipo de cómputo 2				753,06	753,06	753,06				
Equipo de cómputo 3							762,02	762,02	762,02	
Equipo de cómputo 4										833,84
SUBTOTAL (2)	829,70	829,70	829,70	838,56	838,56	838,56	847,52	847,52	847,52	856,59
TOTAL	4.320,26	4.320,26	4.320,26	4.329,12	4.329,12	1.530,12	1.539,08	1.539,08	1.539,08	1.548,15

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.9 Amortización de Activos Diferidos

En el siguiente cuadro se va detallando la amortización de los activos diferidos, para la ejecución del proyecto se requiere los siguientes permisos: de funcionamiento, el permiso de bomberos, el permiso de sanidad y el permiso de intendencia y se ha visto necesario amortizarlos para 2 años.

Tabla N° 106 Amortización de activos diferidos

AMORTIZACIÓN			
Activos Diferidos	Año 0	Año 1	Año 2
Gastos de Constitución	269	134,50	134,50
TOTAL	269	134,50	134,50

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.10 Balance de Situación Financiera al año 0

A través del Balance de Situación Financiera se observa el estado económico inicial de la microempresa, es decir se muestra un resumen de los activos, pasivos y el patrimonio para la adecuada ejecución del proyecto.

Tabla N° 107 Balance de situación financiera al año 0

EMPRESA “Mitad Del Mundo Eventos”

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015
(EXPRESADO EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA)**

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS DE LIBRE DISPONIBILIDAD		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Capital de trabajo	19.297,72	Préstamo	35.000,00
Total Activos de libre disponibilidad	19.297,72	Total Pasivos a largo plazo	35.000,00
PROPIEDAD DEL PROYECTO		PATRIMONIO	
Equipo de Oficina	585,90	Capital	25.399,22
Equipo de Seguridad	224,00	Total Patrimonio	25.399,22
Maquinaria y Equipo	7684,00		
Muebles y Enseres	950,00		
Equipo de Computación	2232,60		
Vehículo	15550,00		
Otros Activos	13606,00		
Total Activos no corrientes	40.832,50		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de Constitución	269,00		
Total Activos Diferidos	269,00		
TOTAL ACTIVOS	60.399,22	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	60.399,22

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras



GERENTE



CONTADOR (A)

5.11 Estado de Resultados

Tabla N° 108 Estado de resultados

CUENTAS	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	139.759,00	144.639,47	149.724,84	154.960,49	160.410,69	166.019,58	171.853,04	177.882,76	184.148,18	190.590,92
Costo Operación	99.341,02	105.015,53	107992,38	111110,79	114378,79	115005,92	118599,21	122369,24	126326,15	130480,68
Utilidad Bruta en Ventas	40417,98	39623,94	41732,45	43849,70	46031,90	51013,66	53253,83	55513,53	57822,03	60110,23
Gastos de administración	18259,03	20511,06	21387,81	22466,67	23598,94	24797,16	26074,25	27416,46	28837,15	30350,09
Gastos de ventas	2520,00	2549,99	2580,33	2611,04	2642,11	2673,55	2705,37	2737,56	2770,14	2803,10
Utilidad Bruta en operaciones	19638,95	16562,89	17764,31	18771,99	19790,85	23542,95	24474,21	25359,51	26214,74	26957,04
Gastos financieros (intereses)	3574,84	2931,94	2214,65	1414,37	521,51					
Utilidad Neta antes de obligaciones	16064,12	13630,96	15549,66	17357,62	19269,35	23542,95	24474,21	25359,51	26214,74	26957,04
15% Participaciones trabajadores	2409,62	2044,64	2332,45	2603,64	2890,40	3531,44	3671,13	3803,93	3932,21	4043,56
Utilidad Neta antes del Imp. Renta	13654,50	11586,31	13217,21	14753,97	16378,94	20011,51	20803,08	21555,58	22282,53	22913,48
Impuesto a la Renta	124,22	20,82	102,36	204,40	366,89	774,38	869,37	965,84	1074,88	1169,52
Utilidad Neta	13530,27	11565,50	13114,85	14549,58	16012,05	19237,12	19933,71	20589,74	21207,65	21743,96

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.12 Estado de Flujo de Efectivo

Tabla N° 109 Estado de flujo de efectivo

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Utilidad Neta		13530,27	11565,50	13114,85	14549,58	16012,05	19237,12	19933,71	20589,74	21207,65	21743,96
Depreciaciones		4320,26	4320,26	4320,26	4329,12	4329,12	1530,12	1539,08	1539,08	1539,08	1548,15
Valor de Rescate											863,40
TOTAL INGRESOS		17850,53	15885,76	17435,11	18878,69	20341,17	20767,24	21472,79	22128,82	22746,73	24155,51
EGRESOS											
Amortizaciones diferidas	-269	134,5	134,5								
Inversión fija	-40832,5				2259,17			2286,05			2313,26
Capital de trabajo	-	19297,72									
Pago del Principal		5556,62	6199,53	6916,81	7717,09	8609,95					
TOTAL EGRESOS		5691,12	6334,03	6916,81	9976,25	8609,95		2286,05			2313,26
FLUJO DE CAJA NETO	-	60399,22	12.159,41	9.551,73	8.902,44	11.731,21	20.767,24	19.186,74	22.128,82	22.746,73	21.842,25

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.13 Análisis Financiero

5.13.1 Costo de Oportunidad

Para realizar el cálculo del Costo de Oportunidad se utilizó la tasa pasiva para el capital propio, la misma que corresponde al 7% y la tasa activa del 11,57% proporcionado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio para el capital financiado.

Tabla N° 110 Costo de oportunidad

FUENTE	INVERSIÓN	%	TASA OPERAC.	VALORES PONDERADOS
APORTE PROPIO	25399,22	42,05%	7%	0,029
APORTE FINANCIADO	35000	57,95%	11,57%	0,067
COSTO DE OPORTUNIDAD	60399,22	100,00		0,096
				9,65

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.13.2 Tasa de Rendimiento Medio

La microempresa dedicada a la prestación del servicio de asesoría, planificación y organización de eventos sociales espera tener una tasa de rendimiento medio es del 10,95%, la misma que es la rentabilidad mínima que se espera obtener.

Tabla N° 111 Tasa de rendimiento medio

CK (VALOR PONDERADO)	0,096
If INFLACIÓN	0,01190
TRM	$((1+C_k)(1+I_f) - 1)$

TRM	0,109530267*100
TRM	10,95%

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Es importante tomar en cuenta que posteriormente esta información puede variar debido a que los resultados obtenidos se elaboraron con datos del año de la investigación. La tasa de inflación utilizada en el cálculo de la TRM es de 1.19%, la misma que cada mes varía, por lo cual es necesario realizar los debidos ajustes para tener información relevante y con mayor confiabilidad en la ejecución del proyecto.

5.13.3 Valor Actual Neto

Este evaluador representa la rentabilidad del proyecto en términos monetarios o absolutos, para considerar que el proyecto sea factible debe ser positivo o mayor a cero.

El valor actual neto que muestra la diferencia entre la inversión inicial y los flujos actualizados a la tasa de costo de capital es el siguiente:

Tabla N° 112 Valor actual neto

AÑOS	FLUJO NETO		FLUJO ACTUALIZADO
0	-60.399,22		-60.399,22
1	12.159,41	$12.159,41/(1+0,109530267)^1$	10959,06
2	9.551,73	$9.551,73/(1+0,109530267)^2$	7758,96
3	10.518,30	$10.518,30/(1+0,109530267)^3$	7700,66
4	8.902,44	$8.902,44/(1+0,109530267)^4$	5874,25
5	11.731,21	$11.731,21/(1+0,109530267)^5$	6976,65
6	20.767,24	$20.767,24/(1+0,109530267)^6$	11131,25
7	19.186,74	$19.186,74/(1+0,109530267)^7$	9268,87

8	22.128,82	$22.128,82/(1+0,109530267)^8$	9634,85
9	22.746,73	$22.746,73/(1+0,109530267)^9$	8926,20
10	21.842,25	$21.842,25/(1+0,109530267)^{10}$	7725,13
VAN			25.556,68

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

El VAN obtenido es positivo, su cantidad corresponde a \$ 25.556,68 dólares, este valor es positivo y mayor a cero, por lo tanto se determina que el proyecto es factible.

5.13.4 Tasa Interna de Retorno

El cálculo del indicador se efectuó utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = \text{TASA INFERIOR} + ((\text{TASA SUPERIOR} - \text{TASA INFERIOR}) * \text{VAN TASA INFERIOR} / \text{VAN TASA INFERIOR} + \text{VAN TASA SUPERIOR})$$

Donde:

Tabla N° 113 Tasa interna de retorno

TS	18,75
VAN TS	-135,02
TI	10,95
VAN TI	25.556,68

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 114 Cálculo de la tasa interna de retorno

AÑO	FLUJO NETO	FLUJO ACTUALIZADO
0	-60.399,22	-60.399,22
1	12.159,41	10239,50361
2	9.551,73	6773,526517

3	10.518,30	6281,228614	
4	8.902,44	4476,870342	
5	11.731,21	4967,922733	18,75%
6	20.767,24	7405,887136	
7	19.186,74	5761,900763	
8	22.128,82	5596,150098	
9	22.746,73	4844,136733	
10	21.842,25	3917,068798	
VAN		-135,02	

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

TIR= 18,70%

5.13.5 Relación Costo Beneficio

Tabla N° 115 Costo / Beneficio

AÑOS	INGRESOS	FACTOR (I)	FLUJOS ACTUALIZADOS INGRESOS	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0	-60399,22	1	-60399,22		
1	17.850,53	0,988	17640,61	5.691,12	5624,20
2	15.885,76	0,977	15514,32	6.334,03	6185,92
3	17.435,11	0,965	16827,20	6.916,81	6675,64
4	18.878,69	0,954	18006,18	9.976,25	9515,18
5	20.341,17	0,943	19172,90	8.609,95	8115,45
6	20.767,24	0,931	19344,31	0,00	0,00
7	21.472,79	0,921	19766,29	2.286,05	2104,37
8	22.128,82	0,910	20130,64	0,00	0,00
9	22.746,73	0,899	20449,40	0,00	0,00
10	24.155,51	0,888	21460,52	2.313,26	2055,17
			127913,15		40275,94

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Para el cálculo de este indicador se utilizó la siguiente fórmula:

Relación Costo – Beneficio = Ingresos Actualizados / Costos Actualizados

Relación Costo – Beneficio = 127913,15 / 40275,94

Relación Costo – Beneficio = 3,18

Desarrollando la fórmula se obtiene que el proyecto genera una relación Costo – Beneficio de 3,18 lo que significa que por cada dólar invertido se obtienen 2,18 centavos de utilidad.

5.13.6 Tasa de Rendimiento Beneficio – Costo.

El cálculo del indicador se efectuó utilizando la siguiente fórmula:

TRBC = INGRESOS ACTUALIZADOS / INVERSIÓN TOTAL

TRBC = 127913,15 / 60399,22

TRBC = 2,12

5.13.7 Margen de Contribución

MC = Precio de venta - Costo Variable Unitario

MC = 25,85 – 17,73

MC = 8,12

5.13.8 Punto de Equilibrio Operativo en Personas

Para el cálculo del punto de equilibrio se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio Operativo} = (\text{Inversión Fija} + \text{Costos Fijos}) / \text{Margen de Contribución}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = (48.061,37 + 27844,42) / 28,06$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 75.905,79 / 8,12$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 9348$$

5.13.9 Punto de Equilibrio en dólares

$$\text{Punto de Equilibrio} = \text{Costos Fijos} / (1 - \text{Costos Variables} / \text{Ventas})$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 27.844,42 / (1 - 95850,46 / 139759)$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 88.627,59 \text{ dólares}$$

5.13.9 Periodo de Recuperación con valores corrientes

Tabla N° 116 Periodo de recuperación con valores corrientes

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJOS NETOS	SUMA DE FLUJOS NETOS
0	60399,22		
1		12159,41	
2		9551,73	21711,14
3		10518,30	32229,44
4		8902,44	41131,88
5		11731,21	52863,09
6		20767,24	73630,33
7		19186,74	92817,07
8		22128,82	114945,89
9		22746,73	137692,62
10		21842,25	159534,87

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 117 Cálculos Periodo de Recuperación

QUINTO AÑO	52.863,09
INVERSIÓN	60399,22
INVERSIÓN A CUBRIR	7.536,13
FLUJO ACTUALIZADO DEL 6 /12	1.730,60
MESES RESTANTES	4,354625282

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

La inversión se recupera en 5,4 años expresado en valores corrientes.

Tabla N° 118 Periodo de recuperación con valores reales.

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJOS NETOS	VALOR DEFLACTADO	PERIODO DE RECUPERACIÓN
0	60399,22		0,0119	
1		12159,41	12016,42	12016,42
2		9551,73	9328,39	21344,81
3		10518,30	10151,56	31496,37
4		8902,44	8491,00	39987,36
5		11731,21	11057,45	51044,81
6		20767,24	19344,31	70389,12
7		19186,74	17661,92	88051,04
8		22128,82	20130,64	108181,68
9		22746,73	20449,40	128631,08
10		21842,25	19405,35	148036,43

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla N° 119 Periodo de recuperación con valores reales.

QUINTO AÑO	51.044,81
INVERSIÓN	60.399,22

INVERSIÓN A CUBRIR	9354,41
FLUJO ACTUALIZADO	1612,03
DEL 6 /12	
MESES RESTANTES	5,802890634

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

La inversión se recupera en 5, 5 años expresados en valores reales.

Cuadro Resumen de Indicadores

Tabla N° 120 Resumen indicadores financieros

INDICADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR
TRM	$((1+C_k)(1+I_f) - 1)$	10,95%
VAN	$VAN > 0$	25.556,68
TIR	$TIR > TRM$	18,70
PUNTO DE EQUILIBRIO EN PERSONAS	Inversión Fija + Costos Fijos / Margen de Contribución	9348
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	Costos Fijos / (1- Costos Variables / Ventas)	88.627,59
BENEFICIO / COSTO	$B/C > 1$	3,18
TRBC	Ingresos actualizados / Inversión total	2,12
PERIODO DE RECUPERACIÓN VALORES CORRIENTES		5, 4 AÑOS
PERIODO DE RECUPERACIÓN VALORES REALES		5,5 AÑOS

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: Las autoras

5.14 Sensibilidad del Proyecto

El proyecto soporta una reducción del 3% en los ingresos anuales, proporcionando los siguientes indicadores:

Tabla N° 121 Sensibilidad del Proyecto

INDICADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR
TRM	$((1+C_k)(1+I_f) - 1)$	10,95%
VAN	$VAN > 0$	3.901,59
TIR	$TIR > TRM$	12,18
PUNTO DE EQUILIBRIO EN PERSONAS	Inversión Fija + Costos Fijos / Margen de Contribución	9348
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	Costos Fijos / (1- Costos Variables / Ventas)	95.042,04
BENEFICIO / COSTO	$B/C > 1$	2,31
TRBC	Ingresos actualizados / Inversión total	1,54
PERIODO DE RECUPERACIÓN VALORES CORRIENTES		6, 6 AÑOS
PERIODO DE RECUPERACIÓN VALORES REALES		6,9 AÑOS

5.15 Plan de Contingencia

El proyecto cuenta con el 5% del capital de trabajo, el mismo que será utilizado para la mitigación de los posibles riesgos como: daño en los equipos, disminución de consumidores, nuevas empresas similares, entre otros, este porcentaje ayudará a que la microempresa tenga una base para poder sustentarse durante el periodo más fuerte y no produzca pérdidas, de esta manera tendrá tiempo para crear nuevas estrategias y poder sobresalir de la brecha en la que se pueda encontrar.

Introducción

El presente plan de contingencia ha sido elaborado en concordancia a los riesgos encontrados en la microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales “Mitad del Mundo”, para prevenir, controlar, recolectar y mitigar los riesgos.

Objetivo General

Evaluar los riesgos encontrados que afectan a la microempresa “Mitad del Mundo Eventos”, con el fin de mitigarlos mediante el análisis de cada uno de ellos.

Tabla N° 122 Plan de Contingencia

N°	AREA	RIESGO	OBJETIVOS	MEDIDAS ALTERNATIVAS	VALOR	RESPONSABLES
1	TECNOLOGÍA	Daño en los equipos	Usar adecuadamente los implementos y equipos que posee la microempresa.	Conocimientos en la reparación de equipo.	\$0,00	Trabajadores
			Realizar periódicamente mantenimientos preventivos.	Mantenimiento semestral de equipos.	\$80,00	
				Disponer de capital en caso de nueva compra de maquinaria.	\$225,00	Guardalmacén
2	OPERACIÓN	Falta de Insumos	Establecer varias formas de pago con los clientes, para de esta manera mantener excelentes relaciones laborales con los proveedores, facilitando la adquisición y reserva de los insumos.	Tener una base de datos suficiente de proveedores	\$0,00	Gerente
				Reserva de insumos	\$120,00	Guardalmacén
				Control de existencia de insumos	\$0,00	
3	COMERCIALIZACIÓN	Ventas bajas	Brindar un servicio de calidad utilizando canales de comercialización, que	Analizar el comportamiento de	\$0,00	Trabajadores

4	ADMINISTRACIÓN		permitan mitigar el riesgo de mercado y procurando satisfacer las necesidades de los clientes.	contratación de los clientes. Incrementar la publicidad. Mejorar la calidad del servicio.	\$146,31 \$0,00	Gerente
		Inconvenientes Legales	Evaluar los riesgos legislativos a través del cambio de la normativa, verificando que todos los requerimientos legales están debidamente actualizados para que no afecte a la microempresa	Disponer de un asesoramiento legal adecuado.	\$90,00	Gerente
		Control del personal		Capacitación al personal.	\$100,00	
			Realizar capacitaciones periódicas al personal de la microempresa para un adecuado cumplimiento de sus obligaciones.	Imprevistos para accidentes.	\$157,63	
				Penalización por incumplimientos.	\$0,00	
			TOTAL		918,94	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Las autoras

5.15 Conclusión

La microempresa obtiene un VAN de 25.556,68 y una TIR de 18,70 %, misma que es superior a la tasa de rendimiento medio que corresponde al 10,95%, lo que representan aspectos positivos para el proyecto, siendo beneficioso invertir en la ejecución de la microempresa.

La relación costo beneficio presenta un valor positivo siendo este de 3,18 dólares, concluyendo así que por cada dólar invertido se recuperara 2,18. El punto de equilibrio es de 9348 personas que se debe atender para comenzar a recuperar la inversión, el punto de equilibrio en dólares es de 88627,59 es decir es el nivel de ingresos en que la microempresa representa todos sus costos y gastos.

El proyecto recupera su inversión en cinco años cinco meses en valores reales, utilizando la tasa de inflación del 0.01190 que corresponde a la tasa acumulada hasta Septiembre del 2016.

Mediante el análisis de los distintos índices financieros se determinó la factibilidad del proyecto, es decir que si es viable para su creación ya que reflejan ingresos atractivos que cubren la inversión en su totalidad además se puede apreciar que si se obtendrá ganancias las mismas que permitirán la permanencia de la microempresa en el mercado así como también su expansión en el transcurso de los años.

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

6.1 Presentación

El propósito de este capítulo es determinar la parte administrativa y funcional de la microempresa, así como también la filosofía empresarial y los requerimientos de funcionamiento necesarios para que se constituya legalmente.

La estructura administrativa debe estar planteada de tal manera que permita un adecuado funcionamiento, aprovechando todos los recursos y así asignar correctamente las actividades al personal de la organización, tomando decisiones que faciliten el cumplimiento de los objetivos planteados por la microempresa.

6.2 Aspectos estratégicos

6.2.1 Objetivo

Diseñar una propuesta de estructura administrativa para la constitución de la microempresa por medio de un organigrama, planteamiento de la misión, visión, principios, valores y aspectos legales con el propósito de garantizar el buen funcionamiento de la misma.

6.2.2 Empresa

La microempresa estará constituida legalmente como una persona natural de derecho privado, constituida por voluntad propia, estará dedicada a la prestación del servicio de asesoría, planificación y organización de eventos sociales en el cantón Cayambe, con la

finalidad de llenar las expectativas de los clientes y de esta manera posicionarse paulatinamente en el mercado.

6.2.3 Nombre o Razón Social

Para determinar el nombre más idóneo de la microempresa es importante tomar en cuenta varios aspectos como la sencillez y originalidad que ayuden a dar credibilidad y confianza a los clientes, de esta manera facilitando la identificación usuario – servicio.

Es por ello que la microempresa se llamará “MITAD DEL MUNDO EVENTOS”, se le ha asignado este nombre por el lugar en el que desarrollará el proyecto.

6.2.4 Logotipo Empresarial

El logotipo es una imagen representativa que identifica a una persona, producto o servicio, el mismo que debe difundir a los posibles clientes una breve idea del servicio que se va a prestar.

Gráfico N° 47 Logotipo empresarial



6.2.5 Slogan Empresarial

Un slogan empresarial es una frase que se utiliza con un propósito publicitario y comercial, dando a conocer las características y calidad del servicio.

“LO ESPECIAL DE CADA MOMENTO”

6.3 Filosofía empresarial

6.3.1 Misión

“Mitad del Mundo Eventos” es una microempresa que ofrece servicios personalizados e innovadores para la planificación y organización de los eventos sociales, cumpliendo con las expectativas de los clientes y convirtiéndolos en momentos inolvidables.

6.3.2 Visión

“Para el año 2020, la microempresa pretende posicionarse en el mercado como una de las empresas más aceptables, diferenciándose de la competencia a través de los servicios personalizados que requiera cada uno de nuestros clientes, generando un progreso a la economía del cantón”.

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo General

- Brindar un servicio personalizado, ajustándose a los requerimientos del mercado y de los clientes, aplicando ideas innovadoras a cada uno de los eventos, generando fuentes de trabajo y rentabilidad para la microempresa.

6.4.2 Objetivos Específicos

- Brindar un servicio innovador y de calidad que cumpla con los requerimientos del cliente y satisfaga las necesidades del mismo.

- Mejorar las condiciones de vida de los habitantes, generando nuevas fuentes de empleo.
- Fomentar un ambiente laboral adecuado que permita la buena relación entre los trabajadores.
- Obtener un amplio número de clientes, para que el servicio sea reconocido a nivel local.
- Planificar con anticipación las actividades que la microempresa realizará en uno de los eventos.
- Establecer el precio de acuerdo al segmento de mercado al cual se dirigirá la microempresa.

6.4.3 Valores y Principios

Los valores y principios son aspectos necesarios para que todas las actividades se lleven a cabo correctamente, permitiéndole a la microempresa tener una base filosófica a través de las buenas prácticas éticas y morales.

Valores

- **Honestidad.-** Es la conducta recta, honrada y sincera con la que deben actuar cada uno de los miembros de la microempresa, para realizar correctamente las actividades asignadas.
- **Ética.-** El personal tanto administrativo y operativo deberá trabajar eficiente y eficazmente, manteniendo un trato respetuoso con los clientes y sus compañeros de trabajo para que de esta manera las actividades se desarrollen con mayor disciplina.

- **Responsabilidad.-** Garantizar la calidad del servicio, con el cumplimiento de todos los requerimientos de los clientes. Cumplir a cabalidad con todos los contratos previamente firmados.
- **Puntualidad.-** La microempresa se caracterizará por tener personal que cumpla con los horarios acordados con los clientes, así como también en el lugar previamente establecido.
- **Lealtad.-** La microempresa contará con trabajadores leales, ya que esto representa entrega, compromiso y fidelidad. Este valor contribuye al cumplimiento de los objetivos planteados por la misma.

Principios

- **Trabajo en equipo.-** La microempresa fomentará entusiasmo y compañerismo entre los trabajadores para que el resultado de las actividades sea productivo y así alcanzar el pleno desarrollo y fortalecimiento empresarial.
- **Calidad del servicio.-** Brindar un servicio personalizado que permita satisfacer las necesidades y cumplir con las exigencias de los clientes, y de esta manera ser la primera alternativa de los mismos.
- **Mejoramiento continuo.-** La microempresa día tras día se encontrará en un proceso de innovación a fin de que el servicio que se va a prestar estar acorde a las nuevas exigencias del mercado.
- **Eficiencia en las actividades.-** Las actividades que se realizarán en cada uno de los eventos estarán previamente establecidas y asignadas a cada uno de los miembros de la organización con la finalidad de prestar un servicio de calidad y que se encuentre a la vanguardia del mercado.

- **Competitividad.-** La microempresa buscará posicionarse en el mercado mediante precios competitivos y la calidad del servicio, así como también cubrir con las expectativas de los clientes.

6.4.4 Políticas de la empresa

Clientes

- El cliente podrá cancelar en efectivo o con tarjeta de crédito.
- Se deberá pagar el 50% del valor total al momento de firmar el contrato.
- El cliente deberá realizar el contrato mínimo con 15 días de anticipación a la realización de su evento.
- La logística del evento será informada al cliente con 5 días de anticipación a la realización del evento, es por ello que en caso de existir alguna modificación o de no estar de acuerdo, el cliente tendrá 24 horas posteriores para dar aviso.
- El cliente se responsabilizará de cualquier daño que ocurra durante el desarrollo del evento.

Personal

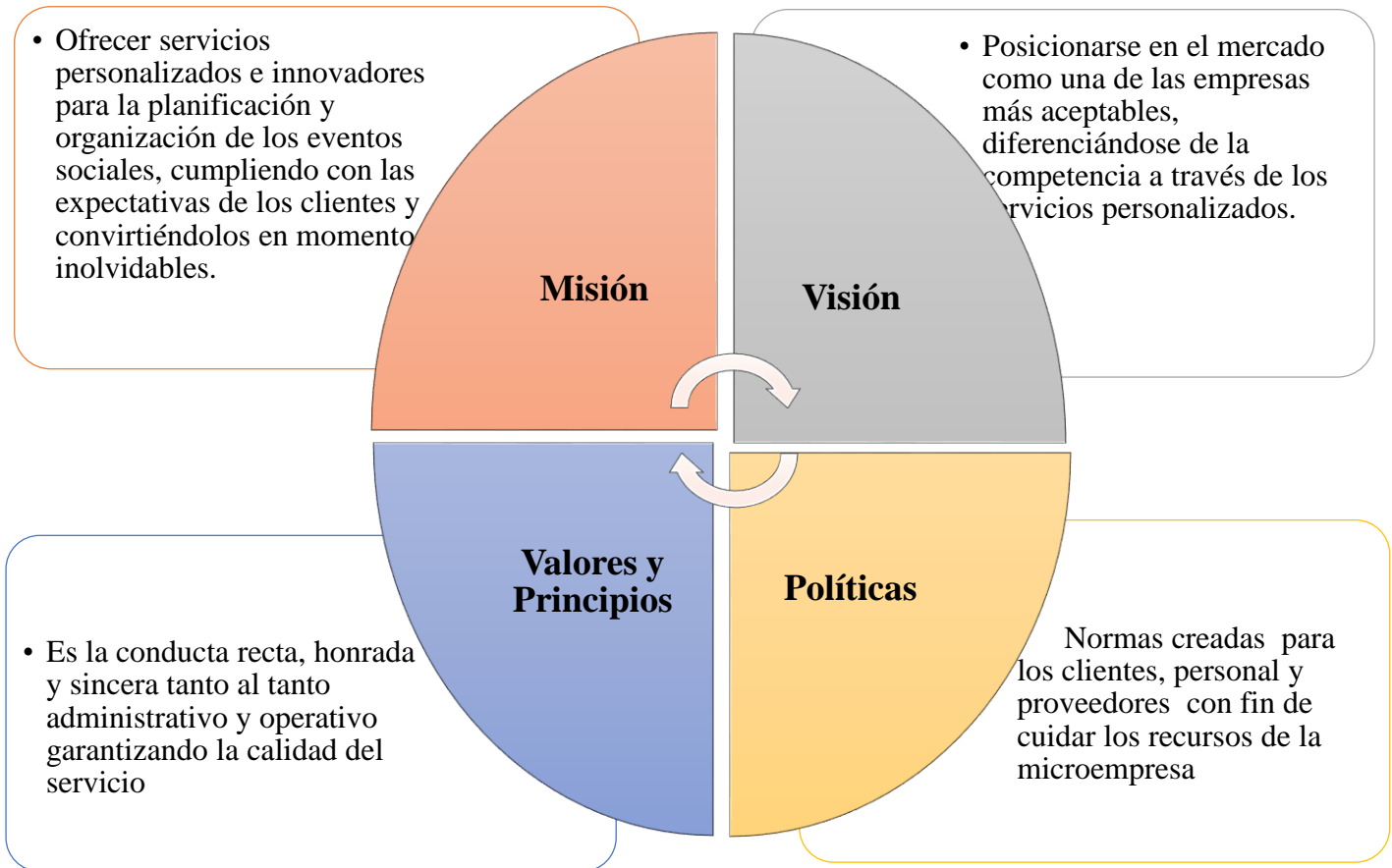
- El personal que intervendrá en el desarrollo del evento deberá llegar 30 minutos antes de la realización del mismo.
- Trabajar conjuntamente para el cumplimiento de la misión y visión de la microempresa.
- Todos los miembros de la microempresa serán responsables del buen trato a los clientes.

- El personal de la microempresa deberá tener un comportamiento ético y una adecuada disciplina.
- La impuntualidad y la inasistencia injustificada al lugar de trabajo será sancionada con un 10% del total de su remuneración.
- El personal no podrá ingerir bebidas alcohólicas durante su horario de trabajo.
- Fomentar el compañerismo y el trabajo en equipo con el fin de crear un adecuado ambiente laboral.
- Todos los que conforman la microempresa tendrán la obligación de un adecuado trato a los clientes y proveedores.
- El personal deberá reportar sus funciones del día a sus supervisores.
- Todos los miembros de la microempresa deberán reservarse información con personas del exterior.

Proveedores

- La microempresa al momento de realizar el pedido cancelará un 25% del monto total.
- El responsable para firmar el contrato será el gerente.
- El pago de las facturas únicamente se realizará durante los primeros 5 días de cada mes.
- Realizar alianzas estratégicas que faciliten la adquisición de los insumos y de esta manera brindar un adecuado servicio.
- Adquirir servicios complementarios que requiera la microempresa con el fin de que otros sectores económicos también pueden obtener beneficios.

Gráfico N° 48 Filosofía Empresarial



Fuente: Datos de Investigación

Elaborado por: Las autoras

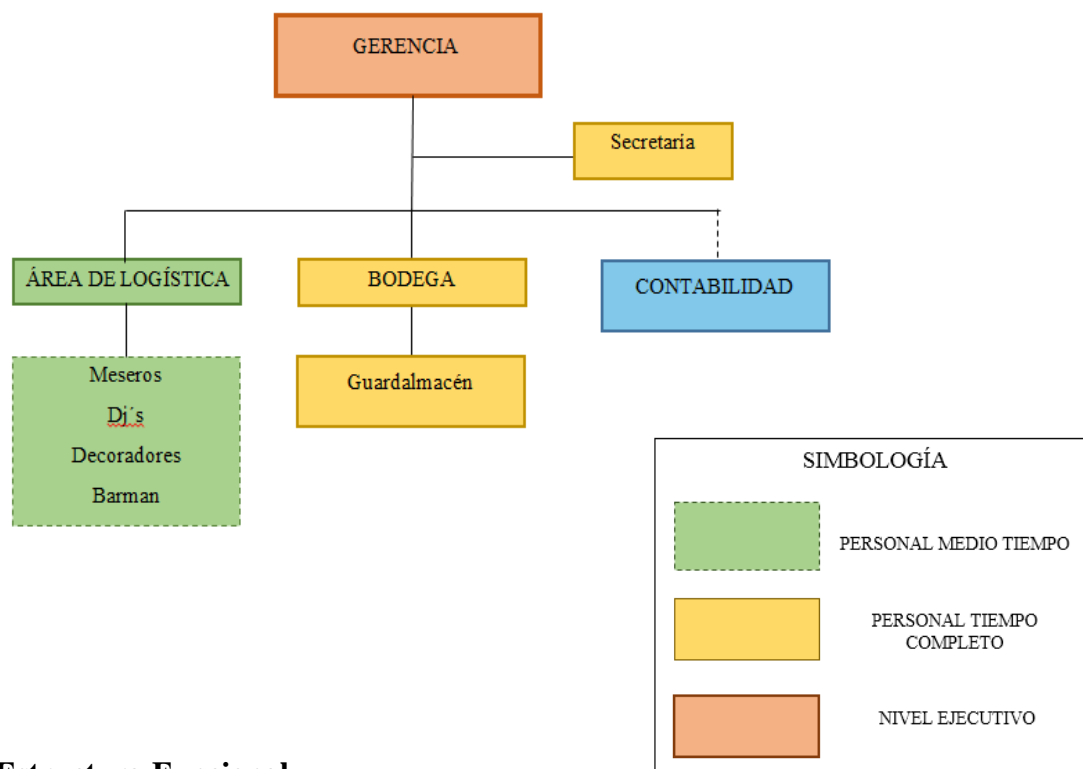
6.5 Estructura Organizacional

La estructura organizacional de una microempresa es una forma jerárquica de subordinación, asignando diferentes tareas con el fin de que todos los procesos se encuentren correctamente ejecutados y de esta manera contribuir al cumplimiento de objetivos.

6.5.1 Organigrama Estructural

Representa la organización formal de la microempresa, en la cual se detalla las líneas de comunicación, jerarquías y cargos, además muestra un enfoque resumido de la manera de distribución de la misma.

Gráfico N° 49 Organigrama estructural



6.5.2 Estructura Funcional

La estructura funcional permite la adecuada selección del personal, facilitando el reclutamiento y la asignación de funciones a cada uno de los cargos, además permite reducir el tiempo ya que cada miembro de la microempresa tendrá amplio conocimiento de las actividades que tiene que realizar.

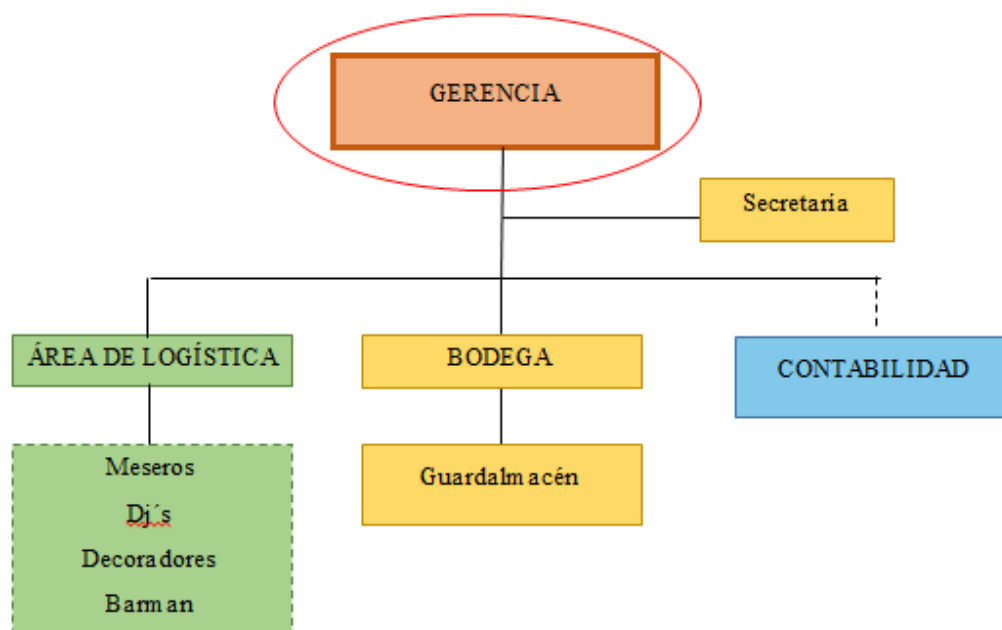


“MITAD DEL MUNDO EVENTOS”

IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Gerente
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	Cayambe
AMBIENTE DE TRABAJO	Oficina
NIVEL DE PUESTO: GERENCIAL	
REPORTA A	No Aplica
SUPERVISAR A	Trabajadores

ORGANIGRAMA



OBJETIVOS DEL CARGO	
<p>Su función principal es planificar, organizar y controlar cada una de las actividades que se realizarán en la microempresa, así como también es el encargado de contratar al personal óptimo para desempeñar las tareas, con el fin de cumplir con los objetivos y metas planteadas.</p>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Representa legalmente a la empresa • Trabajar conjuntamente con el personal por el cumplimiento de la misión y la visión de la microempresa. • Firmar los contratos de la prestación del servicio con los clientes. • Efectuar evaluaciones periódicas al personal para verificar el cumplimiento de las funciones. • Planear y programar metas a corto y largo plazo, alineándose a los objetivos de la microempresa. • Tener excelentes relaciones con los trabajadores, clientes y proveedores para que de esta manera la microempresa se desarrolle adecuadamente. • Recibe de manera mensual los diferentes estados de cuenta. 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría y/o afines
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Dos años de experiencia en cargos similares.
OTROS REQUISITOS	<p>Trabajar en equipo</p> <p>Saber escuchar y entender las recomendaciones y sugerencias dadas por el personal.</p> <p>Excelente calidad humana</p>

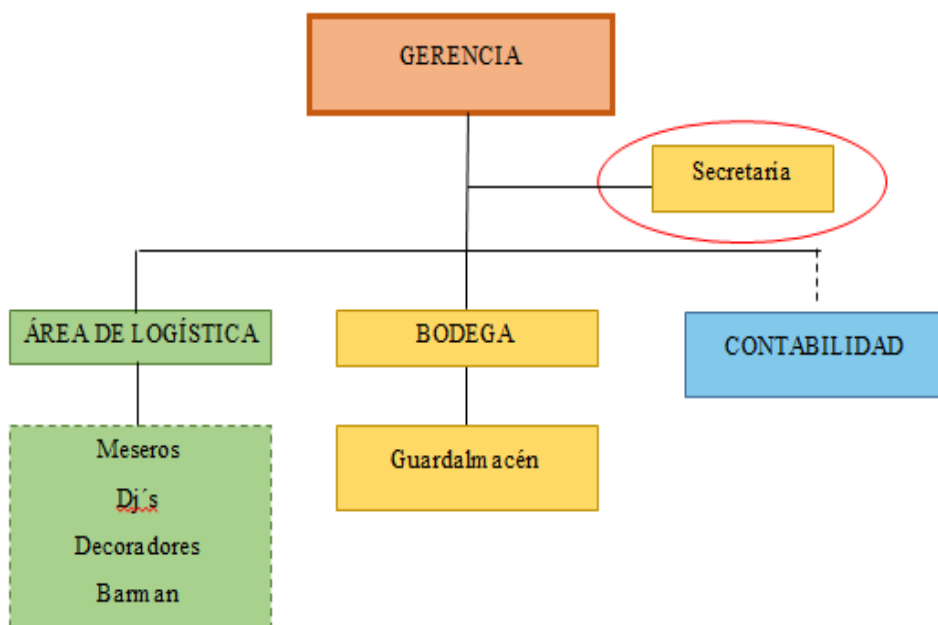


“MITAD DEL MUNDO EVENTOS”

IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Secretaria
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	Cayambe
AMBIENTE DE TRABAJO	Oficina
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
NIVEL DE PUESTO: ADMINISTRATIVO	
REPORTA A	Gerente
SUPERVISAR A	No Aplica

ORGANIGRAMA



OBJETIVOS DEL CARGO	
Su función principal es la comunicación interna y externa, administrando correctamente los recursos materiales, financieros, brindando apoyo en aspectos administrativos coordinados por la gerencia y atender a proveedores y clientes.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Redactar y digitar memorandos, oficios e informes. • Realizar y recibir llamadas telefónicas para transmitir los mensajes a las personas responsables. • Atender al público y agendar entrevistas. • Tener en orden los documentos bajos su custodia. • Elaboración de informes relacionados con su área. 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Título de tercer nivel en Secretariado Ejecutivo.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Un año de experiencia en cargos similares.
OTROS REQUISITOS	Buen trato con los clientes Comprensión escrita y oral Pensamiento conceptual Honestidad Responsabilidad en funciones encomendadas.

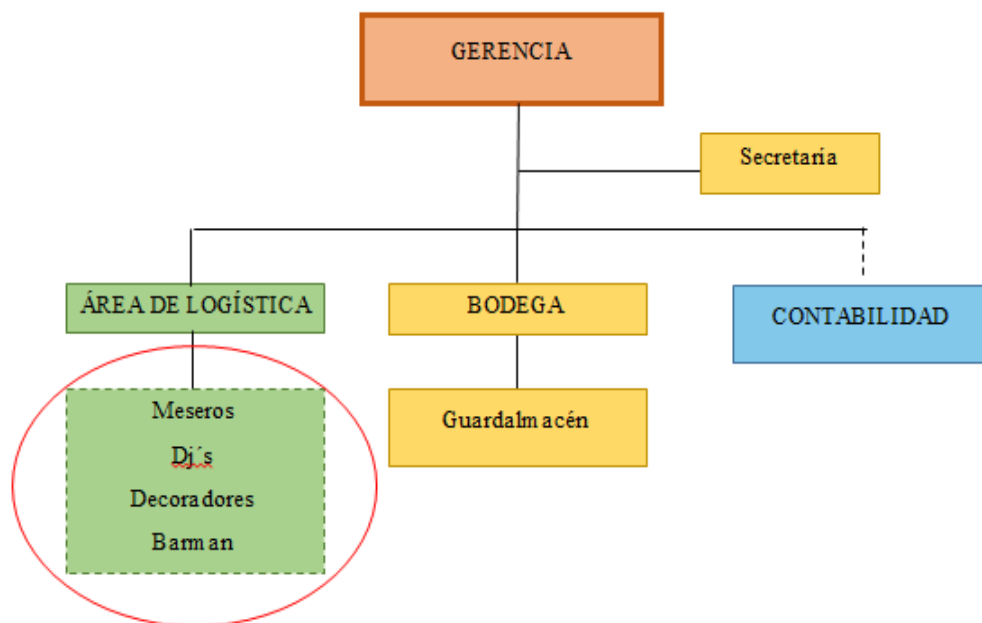


“MITAD DEL MUNDO EVENTOS”

IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Meseros
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	Cayambe
AMBIENTE DE TRABAJO	Lugar del evento
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	2
NIVEL DE PUESTO: OPERATIVO	
REPORTA A	Secretaria
SUPERVISA A	No Aplica

ORGANIGRAMA



OBJETIVOS DEL CARGO	
La tarea principal para este cargo es servir los bocadillos y alimentos a todos los invitados del evento social, tratando de que los asistentes se lleven una buena impresión y queden a gusto con la atención.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Charoleo de bebidas y alimentos. • Conocer el menú que se va a ofrecer en cada evento social. • Inspeccionar el área del servicio para dar un excelente servicio. • Recibir y saludar con amabilidad a los invitados. • Mantener limpias las mesas • Verificar que los cubiertos estén completamente limpios antes de entregarles a los invitados. • Acomodar la vajilla, mantelería y cristalería antes de ofrecer el servicio. 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Conocimiento en hotelería y turismo, cursos de charoleo, flameo y secuencia del servicio.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo un año de experiencia en cargos similares.
CARACTERÍSTICAS PERSONALES	Cooperador Trabajo en equipo Amabilidad con el cliente Buena apariencia personal Ordenado y pulcro. Discreto Puntual

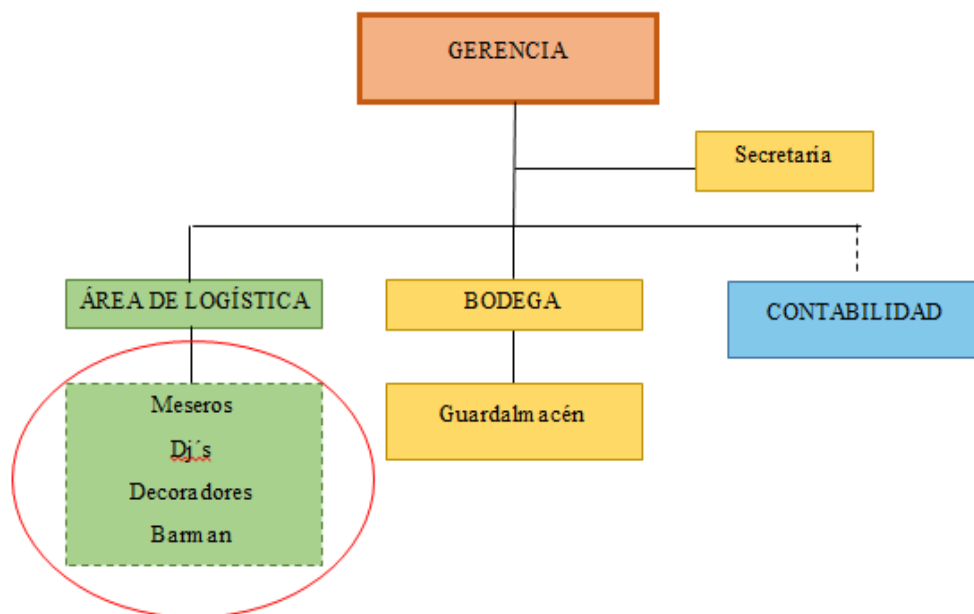


“MITAD DEL MUNDO EVENTOS”

IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Dj's
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	Cayambe
AMBIENTE DE TRABAJO	Lugar del evento
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	2
NIVEL DE PUESTO: OPERATIVO	
REPORTA A	Secretaria
SUPERVISA A	No Aplica

ORGANIGRAMA



OBJETIVOS DEL CARGO	
Su función principal es controlar el audio y tener excelente mezcla para poder brindar el mejor ambiente posible.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar, monitorear y verificar que la unidad eléctrica se encuentre en condiciones óptimas. • Dar aviso si las unidades electrónicas no se encuentran en condiciones adecuadas • Realizar un informe acerca del estado de los equipos. • Utilizar los aparatos con responsabilidad y cuidado. • Estar constantemente actualizado con respecto a la música 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Curso de ambientador musical y/o similares
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Un año de experiencia en cargos similares.
OTROS REQUISITOS	Rapidez Relaciones Humanas Creatividad Responsabilidad en funciones encomendadas.



“MITAD DEL MUNDO EVENTOS”

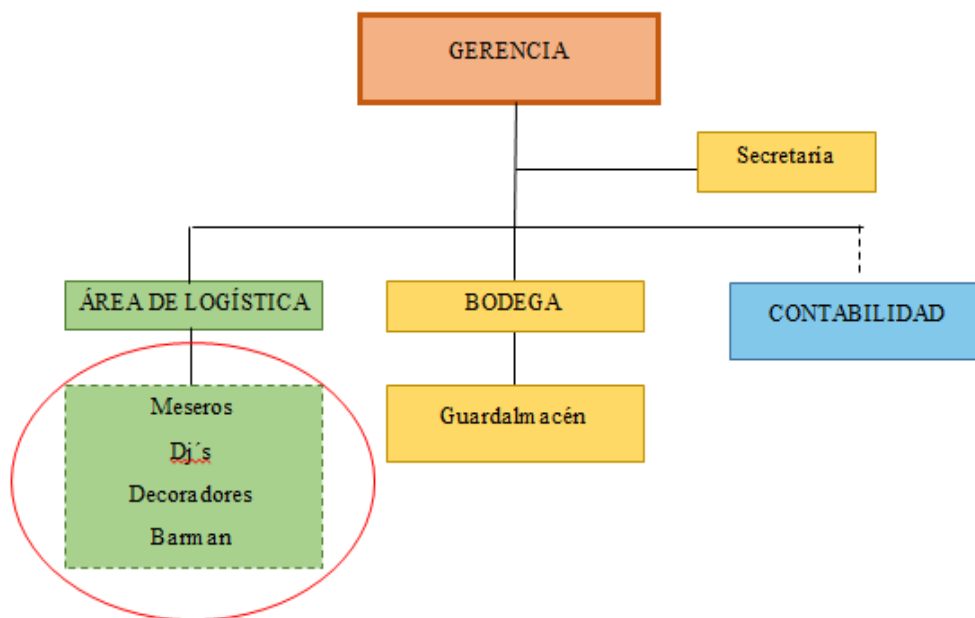
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Barman
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	Cayambe
AMBIENTE DE TRABAJO	Lugar del evento
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	2

NIVEL DE PUESTO: OPERATIVO

REPORTA A	Secretaría
SUPERVISA A	No Aplica

ORGANIGRAMA



OBJETIVOS DEL CARGO	
<p>La función principal de este puesto es preparar y servir bebidas con y sin alcohol solicitados por los invitados al evento social, verificar la existencia de todos los materiales e insumos requeridos para que se efectúe correctamente su trabajo y así cumplir con las expectativas de los clientes.</p>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener su lugar de trabajo siempre limpio. • Organizar la barra del salón donde se realizará el evento. • Preparar todos los insumos necesarios para dar el servicio. • Atender a todos los invitados del evento social. • Preparar y servir los cocteles con y sin alcohol. • Reportar el stock de aguas, bebidas alcohólicas, vasos, gaseosas y demás materiales que se requieren para preparar las bebidas. 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Conocimiento de gastronomía
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo un año de experiencia en cargos similares.
CARACTERÍSTICAS PERSONALES	<p>Tener buena imagen</p> <p>Ser puntual y discreto</p> <p>Tener excelente memoria</p> <p>Ser rápido y eficiente.</p> <p>Tolerancia</p> <p>Habilidad para comunicarse con los clientes.</p>



“MITAD DEL MUNDO EVENTOS”

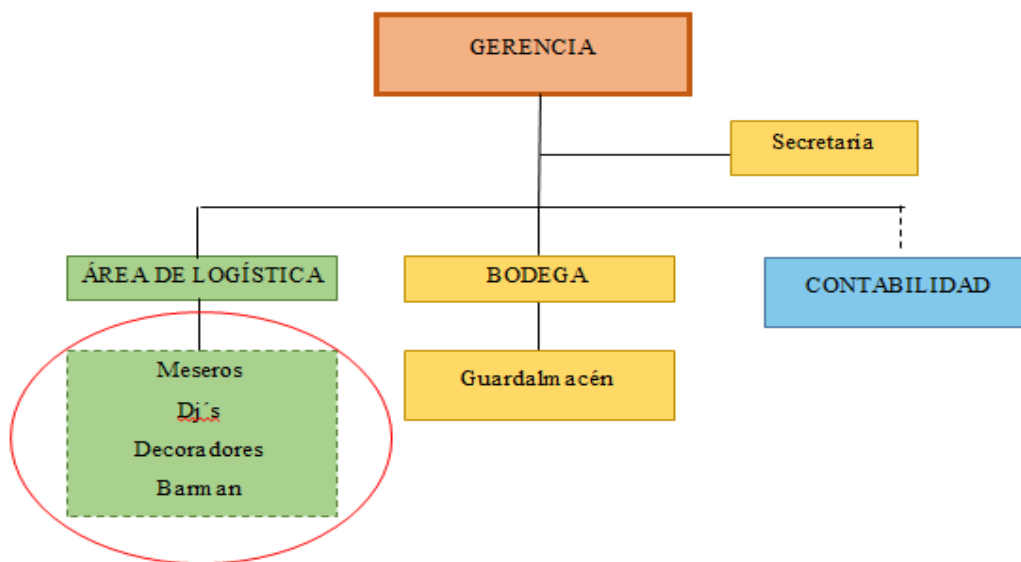
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Decorador
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	Cayambe
AMBIENTE DE TRABAJO	Lugar del evento
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1

NIVEL DE PUESTO: OPERATIVO

REPORTA A	Secretaria
SUPERVISAR A	No Aplica

ORGANIGRAMA



OBJETIVOS DEL CARGO	
Planificar, organizar y coordinar todos los detalles que implica la organización de un evento social, proponer y realizar el trabajo para el cual haya sido encomendado dejando que el cliente sea partícipe en lo que él considere conveniente.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener una idea clara de los requerimientos y necesidades de los clientes. • Sugerir al cliente varias opciones y alternativas innovadoras. • Estar totalmente actualizado con las nuevas tendencias, de tal manera que ayude a la microempresa diferenciarse de la competencia. • Planificar y supervisar toda la logística del evento. • Realizar pruebas de funcionamiento de todos los implementos y detalles que se utilizarán durante el evento. • Tener un excelente contacto con todos los proveedores para facilitar la buena planificación del evento. • Poner a disposición todos los recursos que requiera el cliente para la realización del evento. 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Conocimiento en floristería, globología, montaje de mesas, etc.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	No Aplica
OTROS REQUISITOS	Disciplinado Tenga iniciativa Ordenado Creativo Sociabilidad Trabajo en equipo



“MITAD DEL MUNDO EVENTOS”

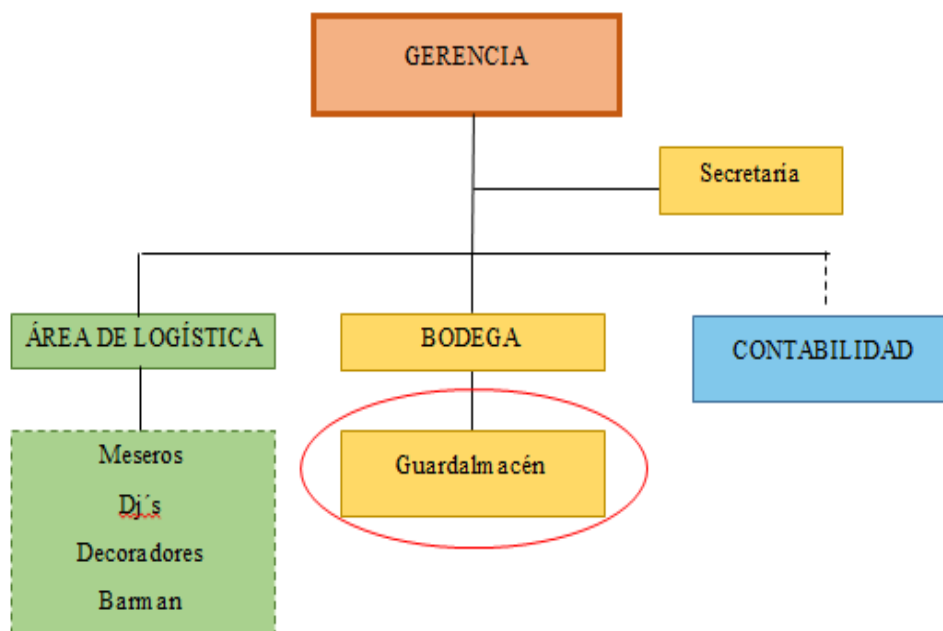
IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Guardalmacén
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	Cayambe
AMBIENTE DE TRABAJO	Bodega
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1

NIVEL DE PUESTO

REPORTA A	Secretaria
SUPERVISA A	No Aplica

ORGANIGRAMA



OBJETIVOS DEL CARGO	
<p>Cumplir con los requerimientos de los clientes en cuanto a la entrega de carpas, mesas, sillas, equipos, iluminación y demás insumos para la ejecución del evento, en el tiempo y lugar previamente acordado, así como también recibir, verificar la entrega total y ordenar los materiales e insumos en la bodega al momento de concluir con el evento.</p>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades de envío y recepción de todo tipo de implementos que sean requeridos por los clientes para la ejecución del evento. • Organiza todos los insumos, equipos, suministros y demás implementos que se ingresen a la bodega. • Recibe y revisa cada uno de los materiales que hayan sido alquilados por los clientes. • Dar a conocer inmediatamente al administrador acerca de daños en los materiales. • Armar estructuras metálicas en donde requiera el cliente. • Custodiar los equipos que posee la microempresa. • Entregar los bienes en el lugar, tiempo y condición que requiera el cliente. 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Secundaria
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	No Aplica
CARACTERÍSTICAS PERSONALES	Fuerza Física Responsabilidad Cooperación Honestidad Confiable Ordenado

6.6 Aspecto Legal

La microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales está constituida como persona natural, la misma que tiene que responder a las diversas obligaciones tributarias que establece la ley, para lo cual se requiere de los siguientes permisos:

- Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Patente Municipal
- Permiso del Cuerpo de Bomberos

6.6.1 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El RUC es el principal requisito para que una microempresa tenga legalidad. Para las personas naturales el número del RUC corresponde al número de cédula de identidad del representante legal seguido de la cifra 001.

Requisitos:

- Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Planilla de uno de los servicios básicos para constatar la dirección del establecimiento donde se desarrolla la actividad económica.
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado.

6.6.2 Patente Municipal

Este impuesto es establecido por la Ley de Rentas Municipales, el mismo que debe ser cancelado por todas las personas que realicen una actividad económica, este documento se obtendrá en las ventanillas de la Dirección de Gestión Tributaria del Municipio del Cantón.

Requisitos:

- Original y copia del formulario de declaración del impuesto de patentes.
- Copia y original de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente.
- Copia de Comprobante del último pago del impuesto predial
- Original y copia del RUC
- Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la actividad económica.
- Solicitud de inspección del cuerpo de bomberos.

6.6.3 Permiso de los bomberos

El cuerpo de Bomberos de Cayambe otorga este permiso previa inspección y presentación de: salidas de emergencia, baños, dispensador de papel y de manos y extintor de incendios, entre otros, para dar inicio a las actividades económicas.

Requisitos:

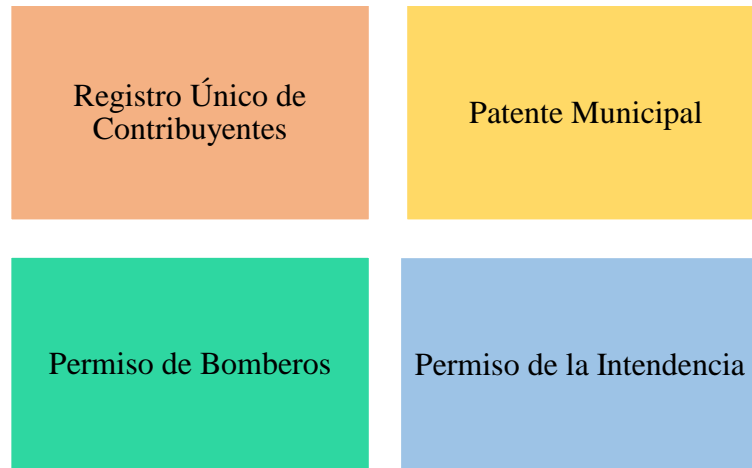
- Informe de inspección
- Copia y original de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.

- Original y copia del RUC
- Copia de la patente municipal.

6.6.4 Permiso de Intendencia

La Intendencia de Policía es quién controla y verifica que la microempresa cuente con todos los documentos estén debidamente normados, para ello es necesario obtener con anterioridad todos los permisos necesarios.

Gráfico N° 50 Requisitos Legales



Conclusión

En este capítulo se analizó y se elaboró la estructura administrativa y laboral con la que contará la microempresa, es decir se determinó el marco administrativo en el mismo que se deberá guiar el personal para poder cumplir con la misión y visión, obteniendo mayor rendimiento en los procesos de la microempresa, y de esta manera obtener un mejor ambiente laboral para poder alcanzar la eficiencia, eficacia y los objetivos de la misma.

CAPÍTULO VII

7 ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1 Presentación

La ejecución de un proyecto inevitablemente genera impactos ya sean positivos o negativos en varios aspectos, es por ello que para la creación de la microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales se analizará impactos en las áreas, económicas, sociales y empresariales, los mismos que se considera que son los que directamente intervienen en el proyecto, con el fin de determinar el grado de incidencia que tendrá la microempresa con los mismos.

Para una mejor comprensión se hará uso de una matriz de impactos en la cual se especificará cada uno de los indicadores los mismos que serán ponderados con diferentes valores numéricos como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 123 Parámetros de medición de impactos

IMPACTO	PONDERACIÓN
Negativo Alto	-3
Negativo Medio	-2
Negativo Bajo	-1
No existe impacto	0
Positivo Bajo	1
Positivo Medio	2
Positivo Alto	3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

Posteriormente, para determinar el nivel de impacto se realizará utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ de calificaciones}}{\text{N}^\circ \text{ de indicadores}}$$

7.2 Impacto económico

El impacto económico está relacionado por la creación de nuevas fuentes de empleo, las mismas que darán estabilidad laboral, mejorando la economía familiar para los trabajadores que se encuentren dentro de la microempresa.

El proyecto por medio de sus alianzas estratégicas con los diversos proveedores podrá brindar un servicio de excelente calidad a sus clientes con precios acorde a las posibilidades de pago, esto permitirá que los usuarios tengan preferencia, generando rentabilidad para la microempresa.

Tabla N° 124 Matriz de impacto económico

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Alianzas y convenios estratégicos						x		2
2	Creación de fuentes de empleo, mejorando la economía familiar.						x		2
3	Estabilidad laboral							x	3
4	Obtención de rentabilidad							x	3
	TOTAL						4	6	10

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ de calificaciones}}{\text{N}^\circ \text{ de indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{3+3+2+2}{4} = \frac{10}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2.50$$

NIVEL DE IMPACTO = **Positivo Alto**

ANÁLISIS

El impacto económico es positivo alto, ya que busca el desarrollo del Cantón Cayambe, mediante la elaboración de convenios y generando nuevas plazas de empleo reduciendo en un pequeño porcentaje el desempleo y aumentando el nivel de ingresos de los trabajadores.

Además la microempresa beneficiara a los socios a través de la rentabilidad y productividad que el proyecto generará mediante la satisfacción de los clientes debido a la calidad del servicio.

7.3 Impacto Social

La microempresa busca una adecuada relación con los habitantes generando el bien común, por medio de las nuevas fuentes de empleo, las mismas que permitirán mejorar la calidad de vida de los pobladores permitiendo la disminución del desempleo, respetando las leyes laborales.

Además el proyecto busca la satisfacción y fidelidad de los clientes, mediante un servicio de calidad, ya que por medio de ellos se obtendrá la rentabilidad que se espera tener.

Tabla N° 125 Matriz de impacto social

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Calidad de vida						X		2
2	Fidelidad del cliente con la satisfacción del servicio							x	3
3	Bienestar comunitario						X		2
4	Seguridad Social						X		2
	TOTAL						6	3	9

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ de calificaciones}}{N^{\circ} \text{ de indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{3+2+2+2}{4} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2.25$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \textbf{Positivo Medio}$$

ANÁLISIS

El impacto social es positivo medio ya que generará beneficios que mejorará el nivel de vida de los habitantes ya que recibirán a cambio de su trabajo beneficios monetarios.

Es importante determinar que si existe alta aceptación del servicio por parte de los usuarios, permitirá el ingreso al mercado, para esto es necesario tener una adecuada comunicación entre trabajadores y clientes, lo que dará paso al bienestar comunitario ya que la microempresa busca la satisfacer las expectativas y exigencias.

El impacto social también hace referencia que los socios deben tener una adecuada relación con los empleados promoviendo la participación y coordinación, para que de esta forma se cumpla las metas y objetivos que la microempresa se ha fijado, es por eso que la microempresa debe cumplir con todas las normativas legales hacia el personal.

7.4 Impacto Empresarial

La microempresa propone en servicio innovador, el cual pretende satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes, brindando un servicio de calidad que cumpla

con todas las exigencias de los mismos, con el fin de captar la fidelidad, posesionarse en el mercado y obtener el grado de rentabilidad esperado.

El recurso humano es el pilar fundamental para la ejecución del proyecto, es por ello que se buscará el bien común con los habitantes del cantón Cayambe y de esta manera ayudar a que la microempresa paulatinamente crezca, tenga éxito y esté a la vanguardia de la competencia.

Tabla N° 126 Matriz de impacto empresarial

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Servicio Innovador							X	3
2	Clima organizacional						x		2
3	Satisfacción de necesidades						x		2
4	Competitividad						x		2
	TOTAL								9

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ de calificaciones}}{\text{N° de indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{3+2+2+2}{4} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2,25$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \text{Positivo Medio}$$

ANÁLISIS

El impacto empresarial es medio positivo, lo que representa un aspecto beneficioso para la creación de la microempresa, ya que ofrecerá un servicio personalizado, innovador y

de calidad satisfaciendo en la totalidad los requerimientos de los clientes, lo cual le permitirá posicionarse con mayor facilidad en el mercado, logrando la fidelidad de los clientes.

La microempresa estará en constante crecimiento y desarrollo para ello es necesario que exista un excelente clima laboral dentro de la misma, por lo que se fomentará el respeto, la comunicación entre todos los colaboradores internos y externos de la microempresa, se promoverá el trabajo en equipo alineándose al cumplimiento de los objetivos planteados.

7.5 Impacto Ambiental

La microempresa de acuerdo a la prestación del servicio no producirá un alto porcentaje de desechos contaminantes para el medio ambiente, de igual manera tratará de manipular los desechos orgánicos e inorgánicos con un estricto control, el mismo que permitirá garantizar un adecuado manejo de residuos.

El proyecto también tratará el de reciclar en su gran mayoría ya sean bolsas plásticas, envases plásticos y cartón para dar a las empresas que se encarguen de proporcionar un nuevo uso y así reducir la contaminación.

Tabla N° 127 Matriz de impacto ambiental

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Manejo de desechos			x					-1
2	Contaminación del aire			x					-1
3	Contaminación de ruido			x					-1
4	Alteración del suelo			x					-1
	TOTAL								-4

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ de calificaciones}}{N^{\circ} \text{ de indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{-1 + -1 + -1 + -1}{4} = \frac{-4}{-4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = -1$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \textbf{Negativo Bajo}$$

ANÁLISIS

Se puede apreciar que el Impacto Ambiental de la microempresa es negativo bajo, ya que dentro de este proceso se aprovechará en gran parte los residuos que se obtenga de cada uno de los eventos sociales que se lleve a cabo, tomando como costumbre reciclar los desechos sólidos.

También se clasificará los desechos orgánicos, con el fin de reutilizarlos como abono para productos agrícolas, o a su vez regalar a personas que utilizan los sobrantes de comida para alimentar a los animales.

El proyecto no demandará demasiada utilización de agua en la prestación del servicio, además no existirá ningún tipo de aguas residuales, en la microempresa tampoco existe un alto porcentaje de contaminación del ruido que pueda afectar antes o después de la realización del evento.

La microempresa tampoco afectará al suelo, ya que no se realizará ninguna alteración a la vegetación, vida silvestre, porque los eventos que se lleven a cabo se realizaran en lugares estratégicos.

7.6 Impacto Educativo

El proyecto realizado será utilizado como guía o fuente para investigaciones de proyectos futuros para estudiantes, siendo un tema de servicio al cliente se ha manejado bases teóricas, estudio de mercado, estudio económico financiero, manejo de personal e impactos esto contribuirá con el avance educativo de la sociedad.

Además las personas cuando se informen de esta clase de proyectos se incentivarán para crear microempresas como esta, contribuyendo con el desarrollo económico y social del país.

Tabla N° 128 Matriz de impacto ambiental

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Investigación para conocimientos							x	3
2	Aporte a los estudiantes							x	3
3	Experiencia en proyectos productivos						x		2
4	Iniciativa privada						x		2
TOTAL									10

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ de calificaciones}}{\text{N° de indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{3+3+2+2}{4} = \frac{10}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2,50$$

NIVEL DE IMPACTO = Positivo Alto

ANÁLISIS

El impacto educativo es positivo alto mejorando los niveles de educación y cultura de los estudiantes y de los habitantes del Cantón Cayambe, concientizando de una manera positiva en la creación de microempresas para contribuir con el desarrollo de la economía de sus hogares con el objetivo de expandirse y darse a conocer empresarialmente creando nuevos servicios.

Además con un correcto manejo conocimientos se aprovechará al máximo los insumos, mano de obra logrando así tener experiencia en la prestación del servicio de asesoría, planificación y organización de eventos sociales para una prestación adecuada del mismo.

7.7 RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS

En la siguiente tabla se analizará de manera general todos los impactos que genere la creación de la microempresa.

Tabla N° 129 Matriz de resumen de impactos

N°	IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Económico							X	3
2	Social						X		2
3	Empresarial						X		2
4	Ambiental			X					-1
5	Educativo							X	3
TOTAL									9

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma \text{ de calificaciones}}{N^{\circ} \text{ de indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{3+2+2+(-1)+3}{5} = \frac{9}{5}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 1,80$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \textbf{Positivo Medio}$$

ANÁLISIS GENERAL:

La matriz general de impactos detalla todos los indicadores que intervienen en la creación de la microempresa, dando como resultado 1,80 el mismo que representa un impacto positivo medio e indica que el proyecto es factible ya que contribuirá al desarrollo del Cantón Cayambe mediante beneficios como: creación de nuevas fuentes de empleo, estabilidad laborales, mejorar la calidad de vida del personal, entre otros. Además beneficiará a los usuarios del servicio ya que se facilitará la organización de todo tipo de eventos sociales ajustándose al presupuesto y requerimientos de los clientes, a la vez que proporcionará réditos económicos a los inversionistas.

CONCLUSIONES

Después de haber concluido con la investigación acerca del “Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales en el Cantón Cayambe, provincia de Pichincha”, se determinó lo siguiente:

- En el diagnóstico situacional realizado en el Cantón Cayambe se evidenció que no existen empresas que se dediquen a la organización de eventos sociales, por lo que se identificó la necesidad de la creación de la misma.
- Las bases teóricas tienen que sustentar aspectos importantes en el estudio de factibilidad, para contribuir en el proceso de aprendizaje, proporcionando un análisis para el mejor entendimiento conceptual.
- En la investigación de mercado mediante las encuestas realizadas a la población económicamente activa urbana se evidenció que existe una demanda insatisfecha, que la microempresa pretende atender en un 70%.
- En el Estudio Técnico se analizó la ubicación geográfica, la viabilidad y la disponibilidad de recursos económicos y materiales, así como también la capacidad instalada, concluyendo que la microempresa está en la posibilidad de atender dos eventos semanales con una inversión que corresponde a \$60.399,22
- En el estudio económico se aplicaron indicadores financieros, los cuales permitieron concluir que el proyecto es viable que el Valor Actual Neto es positivo y corresponde a 25.556,68 la tasa interna de retorno es superior a la tasa de rendimiento medio, el costo beneficio es de 3,18 concluyendo con la viabilidad del proyecto.
- La microempresa se constituirá legalmente como persona natural no obligada a llevar contabilidad porque no supera los montos establecidos en la Ley. Se propone un

organigrama funcional para el cual se delegará responsabilidades al personal, con el fin de que contribuyan al crecimiento y desarrollo de la microempresa, enfocados a alcanzar las metas propuestas.

- En el proyecto se analizaron impactos económicos, sociales, empresariales, educativos y ambientales los cuales están vinculados directamente con la microempresa, obteniendo como resultado optimista para la implementación del mismo, contribuyendo al desarrollo socio-económico del Cantón.

RECOMENDACIONES

- En vista de que en el Cantón Cayambe no existen empresas que se dediquen a la organización de eventos sociales, se sugiere la implementación del proyecto, para de esta manera aprovechar la oportunidad de mercado.
- Se aconseja fortalecer paulatinamente las bases teóricas, ya que se puede ampliar el conocimiento para aplicar en la ejecución del proyecto y de esta manera dar información oportuna para el adecuado funcionamiento de la microempresa.
- Se recomienda utilizar estrategias y promociones que permitan que el servicio se posicione en el Cantón, en base a los resultados obtenidos de la oferta y la demanda existente, así como el mercado potencial, de aplicabilidad.
- Es necesario aprovechar al máximo la capacidad instalada que se determinó en el estudio técnico, ofreciendo un servicio innovador y de calidad, tratando de cubrir satisfactoriamente los dos eventos semanales, asegurando la permanencia de la microempresa en el mercado.

- Se recomienda que se implemente el proyecto en el Cantón Cayambe porque se evidenció financieramente que la microempresa es factible, ya que desde la puesta en marcha de la microempresa proporcionará réditos económicos.
- Se aconseja adoptar la propuesta de estructura organizacional siendo la más adecuada para la microempresa conforme a lo descrito, porque se establecen funciones y se asignan correctamente responsabilidades al personal de la misma, las cuales están orientadas al cumplimiento de los objetivos y metas planteadas.
- Después de haber realizado el análisis de impactos se obtuvo el aspecto medio positivo, se recomienda plantear estrategias que permitan potencializar los aspectos positivos y minimizar los aspectos negativos, con el fin de corregir los posibles inconvenientes que se puedan presentar en el desarrollo de la microempresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Araujo, D. (2013). Proyectos de inversión. México: Trillas.
- Arboleda, G. (2013). Proyectos Identificación, formulación, evaluación y gerencia. Colombia: Alfaomega.
- Arroyo, C., & Morrucco, R. (2013). Eventos Corporativos y protocolo empresarial (Primera ed.). Colombia: Ediciones de la U.
- Baca, G. (2013). Evaluación de proyectos. México: McGRAW - Hill / Interamericana editores.
- Bravo, M. (2011). Contabilidad General. Quito Ecuador: Escobar.
- Celaya, R. (2013). Contabilidad Básica: Un enfoque basado en competencias. México: Cengage Learning editores.
- Chiavenato, I. (2011). Planeación Estratégica: Fundamentos y aplicaciones (Segunda ed.). Colombia: Editorial Nomos.
- Chicaiza, D. (12 de Febrero de 2015). GADIP CAYAMBE. Obtenido de <http://www.municipiocayambe.gob.ec/index.php/es/ciudad/historia>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2010).
- Cordoba, P. M. (2011). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Díaz, Á. (2011). El arte de dirigir proyectos (Tercera ed.). México: Alfaomega.
- Expoflores. (2013). Obtenido de <http://www.expoflores.com/index.php/servicios/25-kril-penectus-aliquet>
- Expoflores. (agosto de 2016). Flor Ecuador. Obtenido de http://www.expoflores.com/images/FlorEcuador_certified/Lista_FlorEcuador_0816.pdf
- Factoría de ideas. (14 de Mayo de 2015). Obtenido de El Origen de los Eventos: <http://www.agenciafdi.com/el-origen-de-los-eventos/>

- Franklin Fincowsky, e. b. (2013). Organización de empresas. México: McGraw-Hill.
- García, F., García, P., & Gil, M. (2011). Operaciones básicas y servicios en restaurante y eventos especiales (Segunda ed.). España: Ediciones Paraninfo.
- Gibson, J., Ivancevich, J., Donnelly, J., & Konopaske, R. (2011). Organizaciones Comportamiento, estructura y procesos. México: McGRAW - HILL Interamericana Editores.
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2014). Contabilidad Financiera. Perú: McGRAW - Hill Interamericana editores.
- Inec. (2010). Censo Económico.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2016). Obtenido de Empleador - IESS: https://www.iesse.gob.ec/documents/13718/54965/sectoriales_2015_IESS_1.pdf
- Limas, S. (2012). Marketing empresarial Dirección como estrategia competitiva. Colombia: Ediciones de la U.
- Marín, N., Matiel, E., & Ketelhörn, N. (2014). Evaluación de Inversiones Estratégicas. Colombia: LID Editorial.
- Moreno, L. A. (2015 - 2025). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Cayambe.
- Navarro, S. (8 de Febrero de 2012). Scribd. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/80971601/Tipos-de-eventos-y-sus-caractetisticas>
- Ramírez, D. (2013). Contabilidad administrativa: Un enfoque estratégico para competir (Novena ed.). México: McGRAW - Hill / Interamericana Editores.
- Rincón, C. (2011). Presupuestos empresariales. Colombia: Ecoe ediciones.
- Rodríguez, L. (2012). Análisis de Estados Financieros (Primera ed.). México: McGRAW - Hill / Interamericana editores.
- Rojas, D. (2014). Mnuual de Contabilidad y Costos. España: Lexus.
- Sapag, N. (2011). Proyectos de inversión: Formulación y Evaluación (Segunda ed.). Chile: Pearson.

Schroeder, R., Meyer, S., & Rungtusanatham, J. (2011). Administración de operaciones: Conceptos y casos contemporáneos (Quinta ed.). México: McGRAW - Hill / Interamericana editores.

Silva, H., González, J., Martínez, D., Giraldo, M., & Juliao, D. (2015). Marketing Conceptos y aplicaciones. Colombia: Ediciones de la U.

Actualícese. (16 de octubre de 2015). Obtenido de Vida útil de activos bajo NIIF: ¿sabe en qué consiste y cómo se determina?: <http://actualicese.com/actualidad/2015/10/16/vida-util-de-activos-bajo-niif-sabe-en-que-consiste-y-como-se-determina/>

ANEXOS

ANEXOS

Anexo A

ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ENCUESTA

Objetivo: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales en el Cantón Cayambe.

Le solicitamos su colaboración con la siguiente información, la cual tiene por objeto conocer su opinión acerca del servicio.

DATOS TÉCNICOS

Conteste con una X la opción que considere que se ajuste más y/o mejor a cada una de las preguntas que se presentan a continuación.

Sexo: Masculino () Femenino: ()

Edad: () años

CUESTIONARIO

1. ¿La creación de una microempresa de organización de eventos sociales la identifica como?

- Innovadora ()
- Costosa ()
- Innecesaria ()
- Extraña ()

2. ¿Con que frecuencia asiste a eventos sociales?

- Una vez a la semana ()
- Una vez al mes ()

- Cada dos meses ()
 Cada seis meses ()
 Una vez al año ()

3. ¿Conoce usted de alguna empresa que se dedique a la asesoría, organización y planificación de eventos sociales a nivel local?

SI () NO ()

4. ¿Cuál sería el motivo principal para no realizar un evento social?

- Falta de tiempo ()
 Presupuesto ()
 Complejidad ()

5. ¿Desearía que exista en el mercado un servicio innovador de asesoría, organización y planificación de eventos sociales a nivel local?

SI () NO ()

6. ¿Estaría usted dispuesto a contratar los servicios de una microempresa para que organice sus eventos?

SI () NO ()

En caso de que su respuesta sea negativa, conteste la pregunta 8

7. ¿Cuál de los siguientes paquetes estaría usted dispuesto a contratar al momento de organizar su evento social?

Tomando en cuenta que los tres paquetes contarán con: decoración del lugar, buffet, meseros, mantelería, vajilla, cristalería, sonido, equipo de luces, maestro de ceremonias.

Paquete 1: ()	Paquete 2: ()	Paquete 3: ()
Artista en vivo	Artista en vivo	Artista en vivo
Cámara de humo	Cámara de humo	Cámara de humo
50 fotografías	Cámara de burbujas	Cámara de burbujas
Equipo de proyección	75 fotografías	100 fotografías + video
	Hora loca	Juegos pirotécnicos
	Equipo de proyección	Coctelería con y sin alcohol
		Hora loca
		Equipo de proyección

8. ¿Alguna vez usted ha contratado algún servicio de fiestas y eventos en el Cantón?

SI () NO ()

Si su respuesta fue afirmativa, en donde lo hizo? _____

9. ¿Qué tipo de evento usted organiza con mayor frecuencia?

Bautizos	()
Cumpleaños	()
Quince años	()
Bodas	()
Seminarios y talleres	()
Reuniones familiares	()
Otros	()

10. ¿Con que frecuencia realiza usted un evento?

Mensual	()
Trimestral	()
Semestral	()
Anual	()

11. ¿Cuál es el número de personas que usted normalmente invita a sus eventos?

25 – 50	()
51 – 75	()
76 – 100	()
101 – 125	()
126 – 150	()
151 – 175	()
176 – en adelante	()

12. ¿Si usted contratara este servicio en qué lugar le gustaría que se lleve a cabo su evento social?

Servicio a domicilio	()
Locales particulares	()
Hostales	()
Fincas	()
Otros	()

13. ¿Qué servicios complementarios le gustaría que se le ofrezca al momento en que se organice su evento social?

- Presentación artística ()
- Fotografía y filmación ()
- Personal para el cuidado de niños ()
- Transporte ()

14. - ¿Qué cantidad de dinero está dispuesto a pagar por invitado al momento de contratar el servicio?

- 15 – 20 ()
- 20 – 25 ()
- 25 – 30 ()
- Más de 30 ()

15. - ¿Cuál de estas características es la más significativa que usted toma en cuenta al contratar un servicio de fiestas y eventos.

- Servicio personalizado ()
- Responsabilidad en el cumplimiento del servicio ()
- Precio acorde a la categoría del servicio ()
- Creatividad para la realización de los eventos ()

16. ¿Mediante qué medio le gustaría informarse acerca del servicio que se va a ofrecer?

- Redes Sociales ()
- Publicidad ()
- Recomendación ()
- Radio ()
- Otros () _____

Gracias por su tiempo y colaboración, sus respuestas serán muy útiles para este trabajo de investigación

Anexo B

ENTREVISTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA

Objetivo: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de asesoría, planificación y organización de eventos sociales en el Cantón Cayambe.

Le solicitamos su colaboración con la siguiente información, la cual tiene por objeto conocer su opinión acerca del servicio.

1. **¿Cuál es el tiempo que lleva su empresa en el mercado?**
2. **¿Cuál es el volumen de contratos que usted realiza mensualmente?**
3. **Cuáles son los meses en que su empresa tiene mayor demanda?**
4. **¿Cuál es la parte más difícil para llegar a tener un acuerdo para la contratación de su servicio?**
5. **Cuáles son las exigencias que el cliente tiene al momento de contratar su servicio?**
6. **¿Cuáles son los servicios que usted ofrece a sus clientes?**

- 7. ¿Para qué tipo de evento su servicio es requerido con mayor frecuencia?**
- 8. ¿Cree usted que la demanda para asesoría, organización y planificación de eventos sociales actualmente es alta?**
- 9. ¿Usted con qué clase de empresas tiene convenios para ofrecer su servicio?**
- 10. ¿Por qué cree que su empresa se diferencie con la competencia?**

Anexo C

Logotipo Empresarial



Anexo D

Proforma 1

MUEBLERIA HOGAR **COTIZACION**
 CALUGUILLIN QUILUMBAQUIN MAYRA CECILIA
 RUC. 1721745436001
 Dir.: Restauración S2-88 y 10 de Agosto
 Telfs.: 2111088 / 0992056760
 Cayambe - Ecuador

0000433

Fecha: 08-06-2016
 Cliente: María Augusta Cabezas.
 Direc.: Barrio Florida 2
 Telf. 23480-431

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
1	T.V. smart 40 Pulgadas	711.00	
	USB-HDMI-VGA-HD		
1	Computadora xtreotech. core i5	966.99	
	w10-8GB.		
1	Portatil HP core i3 w10	661.60	
	5TA Generación 4GB-10GB.		
1	Telefono 2 Bases	97.90	
1	Pelante Barrera 20 canales	299.00	
	20.000 w.		
		SUB TOTAL	2.736.49
		IVA. 0 %	
		12 % IVA.	
		TOTAL USD	

Andrea Cabezas.
 VENDEDOR (A)

Proforma 2



Computador Estudiantil \$ 871
Incluye: Impresora y mesa.
Regulador de
Voltaje.

Telesor TEL 32 \$ 484,00
Telefono de 2 bases \$ 106.

EL INCA
Los Olivos E14-126 y Los Nogales
Telf.: 2 409-556 • 2 416-770 ~ Quito
Email: roserogroup@hotmail.com

TUMBACO
Gonzalo Pizarro 354 y Guayaquil
Telf.: 2 370-511 • 2 371 819 ~ Quito
Email: mafer_rosero74@hotmail.com

CAYAMBE
Junin OE2-22 y Morales
Telf.: 2 364-401 • 2 364-024 ~ Cayambe
Email: mafer_rosero74@hotmail.com

Intel Celeron 1,8GHZ
Memoria 2GB DDR 3 RAM
Disco Duro 300GB BYTES
DVD WRITER SAMSUNG
Monitor 18,5"
Camara Web.
Impresora HP 2515 Multifuncion

Proforma 3

Rev.: 00 Fecha: 26/09/2011

PROFORMA

CTZ1299

Quito, 08-jun-2016

Señores:

CABEZAS ACHIÑA MARIA AGUST

Presente:

De mis consideraciones:

Por medio de la presente tenemos el agrado de presentarles nuestra oferta presupuestaria de:

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRESENTACION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
920244	SILLA PORTUGAL	1,000.00	UND	5.25	5,254.38
920397	MESA BALTICA CUADRADA	50.00	UND	18.60	929.82
008044	PAPELERA 5 LTS CONSUPLAST	6.00	UND	1.84	11.05
112932	CONSUMERA 360 S/ASA CANDINA	500.00	UND	1.54	767.54
112931	PLATO TENDIDO 28 CM BLANCO	500.00	UND	2.11	1,052.63
110678	PLATO CUADRADO POSTRE SOL BLANC KRAF CANDINA	500.00	UND	1.61	803.55
003035	COPA CHAMPAÑA PREM.6 1/2ONZ. AL24	500.00	UND	1.03	513.40
901720	VASO AV LISO PRISMA 11.3 OZ	500.00	UND	0.67	334.80
007503	JARRA AV LISA NOBILE 2913AL	100.00	UND	1.96	196.43
007602	CUCHARA FLORES DISOLLE	500.00	UND	0.22	111.60
003266	CUCHILLO DE MESA M-90	500.00	UND	0.60	299.10
003265	TENEDOR DE MESA M-90	500.00	UND	0.36	178.55
008360	CUCHARITA DE TE M 90	500.00	JGO	0.27	133.95
				SUBTOTAL IVA:	10,586.80
				DESCUENTO:	0.00
				12% IVA:	1,482.15
				TOTAL:	12,068.95

Marca:

Procedencia:

Validez de la Oferta: 0 DIAS LABORABLES

Tiempo de Entrega:

Forma de Pago: EFECTIVO

- 10 %
10862,06

SUMPLAST

Anexo E

TABLA DE AMORTIZACIÓN

N° cuota	Capital	Valor cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	35000,00	760,96	320,78	440,17	34559,83
2	34559,83	760,96	316,75	444,21	34115,62
3	34115,62	760,96	312,68	448,28	33667,35
4	33667,35	760,96	308,57	452,39	33214,96
5	33214,96	760,96	304,42	456,53	32758,43
6	32758,43	760,96	300,24	460,72	32297,71
7	32297,71	760,96	296,02	464,94	31832,77
8	31832,77	760,96	291,76	469,20	31363,57
9	31363,57	760,96	287,45	473,50	30890,07
10	30890,07	760,96	283,12	477,84	30412,23
11	30412,23	760,96	278,74	482,22	29930,01
12	29930,01	760,96	274,32	486,64	29443,38
13	29443,38	760,96	269,86	491,10	28952,28
14	28952,28	760,96	265,35	495,60	28456,68
15	28456,68	760,96	260,81	500,14	27956,53
16	27956,53	760,96	256,23	504,73	27451,81
17	27451,81	760,96	251,60	509,35	26942,45
18	26942,45	760,96	246,93	514,02	26428,43
19	26428,43	760,96	242,22	518,73	25909,70
20	25909,70	760,96	237,47	523,49	25386,22
21	25386,22	760,96	232,67	528,28	24857,93
22	24857,93	760,96	227,83	533,13	24324,81
23	24324,81	760,96	222,94	538,01	23786,79
24	23786,79	760,96	218,01	542,94	23243,85
25	23243,85	760,96	213,04	547,92	22695,93
26	22695,93	760,96	208,01	552,94	22142,99
27	22142,99	760,96	202,95	558,01	21584,98
28	21584,98	760,96	197,83	563,12	21021,86
29	21021,86	760,96	192,67	568,28	20453,57
30	20453,57	760,96	187,46	573,49	19880,08
31	19880,08	760,96	182,21	578,75	19301,33
32	19301,33	760,96	176,90	584,05	18717,28
33	18717,28	760,96	171,55	589,41	18127,87
34	18127,87	760,96	166,15	594,81	17533,06
35	17533,06	760,96	160,69	600,26	16932,80

36	16932,80	760,96	155,19	605,76	16327,04
37	16327,04	760,96	149,64	611,31	15715,73
38	15715,73	760,96	144,04	616,92	15098,81
39	15098,81	760,96	138,38	622,57	14476,24
40	14476,24	760,96	132,68	628,28	13847,96
41	13847,96	760,96	126,92	634,04	13213,93
42	13213,93	760,96	121,11	639,85	12574,08
43	12574,08	760,96	115,24	645,71	11928,37
44	11928,37	760,96	109,33	651,63	11276,74
45	11276,74	760,96	103,35	657,60	10619,14
46	10619,14	760,96	97,33	663,63	9955,51
47	9955,51	760,96	91,24	669,71	9285,80
48	9285,80	760,96	85,11	675,85	8609,95
49	8609,95	760,96	78,91	682,04	7927,91
50	7927,91	760,96	72,66	688,29	7239,62
51	7239,62	760,96	66,35	694,60	6545,01
52	6545,01	760,96	59,99	700,97	5844,05
53	5844,05	760,96	53,56	707,39	5136,65
54	5136,65	760,96	47,08	713,88	4422,78
55	4422,78	760,96	40,54	720,42	3702,36
56	3702,36	760,96	33,93	727,02	2975,34
57	2975,34	760,96	27,27	733,69	2241,65
58	2241,65	760,96	20,55	740,41	1501,24
59	1501,24	760,96	13,76	747,20	754,04
60	754,04	760,96	6,91	754,04	0,00

Anexo F

Fotografías



